

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Historia de la Comunicación Social



TESIS DOCTORAL

**Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina: un
estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más
reciente**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Gabriela Ivanna Báez Avilés

Director

Juan José Fernández Sanz

Madrid, 2018

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PODER Y
CONTRAPODER EN AMÉRICA LATINA:
UN ESTUDIO COMPARADO ENTRE
VENEZUELA Y ECUADOR EN LA HISTORIA
MÁS RECIENTE**

*A mi familia, que son mi apoyo,
mi punto de partida y mi fuerza.*

*Un agradecimiento a mi tutor por su guía y respaldo
en el desarrollo de estas páginas.*



Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Información
Departamento de Historia de la Comunicación Social
Comunicación de Masas, Información, Entretenimiento y
Propaganda

TESIS DOCTORAL

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PODER Y
CONTRAPODER EN AMÉRICA LATINA:
UN ESTUDIO COMPARADO ENTRE
VENEZUELA Y ECUADOR EN LA HISTORIA
MÁS RECIENTE**

Director de tesis: Juan José Fernández Sanz
Autora: Gabriela Ivanna Báez Avilés

Madrid 2016

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Gabriela Ivanna Báez Avilés declaro que el trabajo que lleva por título “Medios de Comunicación, Poder y Contrapoder en América Latina: Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente”, entregado para la obtención del título de Doctora en el programa de Doctorado en Comunicación de Masas, Información, Entretenimiento y Propaganda de la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), ha sido única y exclusivamente realizado por mi persona en calidad de estudiante de investigación. Las contribuciones o fuentes de información manejadas han sido citadas de manera convencional, como cualquier otro trabajo científico.

Madrid, 10 de julio de 2016

Firma: Gabriela Ivanna Báez Avilés

PhDc Comunicación de Masas, Información, Entretenimiento y Propaganda

ÍNDICE

RESUMEN	7
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN	15
Estado de la cuestión	15
Objetivos	24
General	24
Específicos.....	24
Pregunta de Investigación	25
Hipótesis.....	25
Método de Trabajo	25
1. PODER Y CONTRAPODER.....	29
1.1. Lucha por la hegemonía en el campo político.....	29
1.2. El poder: capital simbólico y medios de comunicación	35
1.3. Audiencias y contrapoder.....	39



1.4. Sistemas mediáticos y hegemonía.....	45
1.5. Conclusiones	61
 2. CRISIS DE PARTIDOS Y MEDIOCRACIA.....	63
 2.1. Crisis de representación política	64
2.2. Nacimiento de una nueva clase política	69
2.3. Decadencia del sistema de representación política	70
2.3.1. Caso ecuatoriano	70
2.3.2. Caso venezolano	77
2.4. Emergencia de gobiernos populistas	83
2.5. Medios de comunicación y representación política	89
2.6. La mediocracia	96
2.7. La videopolítica.....	105
 3. PARALELISMO POLÍTICO: POPULISMO E ILIBERALISMO	109
 3.1. El populismo como forma de gobierno	109
3.2. Populismo y antiliberalismo: una relación de mutua implicación	113
3.3. Paralelismo político: populismo y sistema mediático iliberal.....	120
3.4. Clientelismo político y clientelismo mediático	127
3.5. Poder y contrapoder mediático en el populismo	138
3.6. Conclusiones	141
 4. SISTEMA MEDIÁTICO DEL ECUADOR.....	143



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

4.1. Estructura e historia del mercado de los medios de comunicación.....	143
4.1.1. Historia mediática del ecuador	143
4.1.2. Estructura del mercado de los medios de comunicación.....	157
4.2. Paralelismo político.....	162
4.2.1. Contenido de la información publicada por los medios	164
4.2.2. Relaciones organizativas de los periodistas en sindicatos o cooperativas	166
4.2.3. Tendencias políticas y activismo político de los periodistas.....	167
4.2.4. Pluralismo interno y externo del medio.....	171
4.3. Intervención estatal.....	171
4.3.1. Medios públicos.....	173
4.3.2. Las subvenciones a los medios de comunicación.....	178
4.3.3. Regulaciones legales a los medios de comunicación	181
4.4. Desarrollo de la profesionalidad de los periodistas.....	189
4.5. Conclusiones	195
 5. SISTEMA MEDIÁTICO DE VENEZUELA	 199
5.1. Estructura e historia del mercado de los medios de comunicación.....	199
5.1.1. Historia mediática de Venezuela	199
5.1.2. Estructura del mercado de los medios de comunicación.....	206
5.2. Paralelismo político.....	215
5.2.1. Contenido de la información publicada por los medios	216
5.2.2. Relaciones organizativas de los periodistas en sindicatos o cooperativas	219
5.2.3 tendencias políticas y activismo político de las personas que trabajan en el medio	220



5.2.4. Pluralismo interno y/o externo del medio	222
5.3. Intervención estatal	223
5.3.1. Medios públicos.....	228
5.3.2. Las subvenciones a los medios de comunicación.....	231
5.3.3. Regulaciones legales a los medios de comunicación	234
5.4. Desarrollo de la profesionalidad de los periodistas.....	239
5.5. Conclusiones	246
 6. LA TRANSICIÓN DE UN SISTEMA MEDIÁTICO MIXTO A UNO ILIBERAL	 249
 6.1. Comparativo de los sistemas mediáticos de ecuador y venezuela	 251
6.2. Otras aproximaciones al modelo mediático latinoamericano	257
6.3. La transición de un sistema mediático mixto (hipercomercial – clientelar) a uno iliberal	261
6.3.1. Sistema mediático ecuatoriano	264
6.3.2. Sistema mediático venezolano	265
6.4. Conclusiones	267
 CONCLUSIONES	 269
 BIBLIOGRAFÍA	 275
 ANEXOS	 293



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Anexo 1: Características de los tres modelos de sistemas de medios	295
Anexo 2: Listado de medios de comunicación social de carácter nacional en el Ecuador 2015	296
Anexo 3: Artículos críticos de Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador	305
Anexo 4: Artículos de la constitución bolivariana de Venezuela sobre la libertad de expresión	307
Anexo 5: Mapa conceptual de las principales tendencias de la hegemonía mediática en Venezuela	308
Anexo 6: Artículos del Código Penal Venezolano sobre leyes de desacato	309
Anexo 7: Clasificación de países según estructura de mercado.....	313
ÍNDICE DE TABLAS DE DATOS	315
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	317



Báez Avilés, G. I.



RESUMEN

Sistemas mediáticos iliberales, es una categoría que innova este documento en los estudios comunicacionales al reflexionar sobre el paralelismo político de los sistemas mediáticos de Ecuador y Venezuela y sus respectivos sistemas políticos en su evolución histórica más reciente. Además plantea la necesidad de entender estos procesos dentro del campo de poder y cómo los medios de comunicación y los gobiernos de turno pugnan por la hegemonía discursiva en la esfera pública, haciendo uso de sus respectivos capitales económicos, políticos, culturales y simbólicos. No obstante, esta tesis reconoce además el peso de las audiencias en el establecimiento de equilibrios dentro de la estructura comunicacional, partiendo de estos como una clase subalterna capaz de resistirse a la capacidad persuasiva de los medios y del gobierno.

La presente investigación pone en evidencia la transición de un sistema mediático mixto (hipercomercial-clientelar) a uno iliberal que parte de un giro importante en la estructura mediática de Ecuador y Venezuela, y que deviene de la presencia de los gobiernos populistas en estos países con una lata injerencia estatal.

De esta forma, los pesos y contrapesos en el sistema mediático mantienen un equilibrio fundamental dentro de los procesos políticos que se viven en los casos de estudio.



Báez Avilés, G. I.



ABSTRACT

"Illiberal media system" is a category that implements this document in the studies of communication for Ecuador and Venezuela, in order to understand the structures of parallelism between the media and the politic system.

This research highlights the transition from a mixed media system (hipercomercial-patronage) to a illiberal one. That change is caused by the presence of populist governments in these countries with a high State interference.

The following pages are about the latest years of Venezuela since the government of Hugo Chavez and Rafael Correa in Ecuador. The objective is to understand its historical development in the field of power and its relation with the discursive hegemony in the public sphere. The use of economic, political, cultural and symbolic capital makes the position of the media and their contenders stronger.

In this thesis the communication is considered bidirectional, for that reason, the receptor must be understood as part of a subaltern class able to resist the persuasiveness of media and communication machinery of Government.

This paper discusses the need to build a critical view between the political and the communicational aspect in a scenario where power relations are measured in the struggle for hegemony to achieve the dominance of sense.

The concept of hegemony is conceived from the Gramscian proposal. It means a voluntary subordination to the designs of others. In order to achieve this,



they will require convincing the oppressed that the dominant ideology is the only way to live, to feel and to think about the world.

It is essential to understand that the dispute comes from a wider scenery than the ideological and economic domination. The same groups of domination can influence in the hegemony, sometimes simulating their alienation and others, with the reappropriation of the cultural elements of supremacy and their resignification.

The media will act not only as tools for spreading the ideas of the dominant groups. They pretend to seduce people to take for granted the values of the dominators. Consequently, the struggle for hegemony is based on the superstructure (beliefs, myths, language, culture, identity, self-recognition) and not only on the economic. They play an important role in the field of power according to their interests.

Therefore, the media are part of patronage communication systems using their symbolic and economic capital that can be used to establish relationships, alliances and opposition conveniences. This allows them the possibility to increase their position beyond their role as mediators between the "dominant" and "dominated" groups. They are more than mere transmitters of dominant ideology in the construction of a reality. The media must be understood as structures of power that cross cultural concepts in a class struggle.

In this investigation, they are conceived by their transforming role of culture and their ability to influence and be influenced in the construction of the perception of life. In that way, it is important to answer How are the power relations established in the checks and balance of the media system of Ecuador and Venezuela? How does the media system work in populist governments?



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

To answer those questions, it was necessary to make an exhaustive study of the parallelism between the political system and the media system. The privileged position of the media in the symbolic field is the key in the struggle for hegemony, that is why some academics talk about the media democracy.

The relations of domination and power in discursive constructions look for the alienation of the dominated classes, but they forget a key feature in the political field: the resistance of the hearings or what Gramsci called the subordinate class. This shows the power of a population that is not completely submerged in forms of capitalist production, which is very different from the interests of a minority and their desire to maintain the statu quo.

Latin America has experienced in its history neoliberal governments that promoted the growth of the media under the consent of the private enterprise systems and the control of the market. While in the recent history of Ecuador with the government of Rafael Correa and Hugo Chavez and Nicolas Maduro in Venezuela the media system becomes an illiberal state with a return of the State power.

In populism, media systems have changed the communication policies with a new regulation that affects freedom of expression and the democracy.

Before the presidencies of Chavez and Correa, the development of those media systems did not have public nor community medias. Also the Law of Communication was based in a dictatorial period of time that benefits only the private industry.



Now the presence of the Government in the system has caused a kind of balance in the public sphere breaking the discursive hegemony of the elites who handled the system. That causes a stage with polarized audiences.

The legitimation of the discourse is what gives power to these political actors. The speech and clientelistic tactics are critical to understand the process. A war of positions.

In the political arena, the media are constant producers of messages that are built into the reappropriation of cultural elements that allow identification and redefinition. Thus, they create habits that ensure normalization of oppression. That is why they produce information taking characteristics of the subaltern culture to make their speeches in the race for hegemony more effective.

The historical structure of communication of each case of this study has shown the crisis of the dominant discourse, which is forgotten under a crisis of governance and legitimacy of parties, leads to a media system to reformulate relations of power and counter-power in the field.

Communicational hegemony, which for years was jealously guarded by the communicational corporate monopoly of more conservative Governments, had a major change in recent years affecting the speech and its construction in the public sphere.

The State interference in the breakup of a communicational hegemony, defined by private enterprise, takes shape under a political context that establishes more pluralistic media systems and more regulations on the market.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

The battle for the hegemonic power of the actors in the ground of communication has reformulated the media system in an illiberal model that has a clientelistic development of its information and structure and shows a difference in the property and the construction of a legal framework regulation.

Populism is the result of Institutional crisis with a strong weakness of mass parties. The messianic figure of a paternalistic leader makes clientelistic Governments with the challenge of building political bases. To that extent, the power groups have been affected by populist policies that establish an oligarchic crisis. This is part of a democratic refunding based on anti-elitist discourse that uses a manichean discourse of the media in a polarization of the public sphere which shows the dichotomy of good and evil.

The collapse of the development model leads to a neoliberal reform after the coexistence of populist Governments and liberal system. That is why after neoliberalism, populism presents illiberal features.

While liberalism proposes Institutional mechanisms such as the democratizing solution, populism promotes a plebiscitary democracy. But the illiberal process goes further with components of both. In that way, an illiberal media system is the result of a transformation from a system based on private logic to a Governmental one with a strong presence of the State, with a clientelistic use of property and the law.

While liberalism is opposed to State interference, the illiberal populism in a media system embraces Statecraft in its structure. The State with the power to balance the communicational inequalities through sovereign communication policies with priority in people's interests over private enterprise interests.



Academics like Silvio Waisbord talk about a post-liberal democracy because of its proximity to classical liberalism; however, in the Ecuadorian case the transformation of the social structure has only managed to reconfigure the capital to the elites, while in Venezuela the popular structure created by Hugo Chavez is dissolved with the leadership of Nicolas Maduro in a media patronage.

Television has generated an expansion of democracy, causing a nonlinear relationship between media and politics, where the priority is the formation of clientelistic loyalties under a platform of personalization of the politics. It is, in this scenario, where the charismatic authority takes power under a persuasive speech in a dispute over space and public opinion. A battle of checks and balances by the power of hegemonic discourse that takes place in the media system.



INTRODUCCIÓN

Estado de la Cuestión

Latinoamérica constituye una fuente interesante de análisis para la comunicación en un escenario global donde los medios van adquiriendo mayor protagonismo en el campo político. Por lo cual, es fundamental continuar los estudios de la comunicación desde la construcción de una identidad propia. Una reflexión sobre el papel de los medios de comunicación es el reto por construir nuevas formas de entender la comunicación desde una perspectiva crítica, no funcional, que responda a su posición dentro del campo de lo político en su lucha por la hegemonía.

En un recorrido histórico de los estudios de la comunicación en América Latina se evidencia en sus inicios un alto grado de politización e ideologización, como parte de una concepción de la comunicación ligada a los procesos de cambio social. Es así que una teoría que llegó a América Latina en los años 50 y 60 con gran influencia europea y norteamericana fue el estructuralismo lingüístico y semiótico con académicos como Lévi-Strauss y Ferdinand de Saussure. Además de los aportes de Talcott Parson, de la Universidad de Harvard, quien también contribuyó con su trabajo a la consolidación de la sociología estructural funcionalista en los estudios de la comunicación y el trabajo de Niklas Luhmann, entre otros como Robert Merton y Charles R. Wright.



Por otro lado, están los estudios empíricos de la comunicación que obviaban la crítica a los sistemas políticos y económicos y que desde el trabajo de Lazarsfeld se reduce a interpretaciones funcionales y de influencia de los medios. La crítica principal provino de la escuela de Frankfurt con exponentes como Theodor Adorno, Pollack y Max Horkheimer quienes afirmaban que los estudios debían considerar el rol general de los medios de comunicación en la sociedad. Esto, dejando momentáneamente de lado a las figuras de Jürgen Habermas y Herbert Marcuse que pueden ser considerados como parte de una segunda generación de la escuela crítica.

La escuela de Frankfurt propone una reinterpretación del marxismo en una revisión de los conceptos de ideología y de superestructura. Su línea teórica parte así de las contradicciones del capitalismo hacia una crítica cultural que evidencia las nuevas formas de autoritarismo y la complejidad de una sociedad industrializada y altamente manipulada. Por ello sugieren un estudio no aislado de los fenómenos sociales, sino uno global.

Para la teoría crítica, la cultura es concebida como superestructura ideológica, por tanto esto limita la acción social en un proceso de mantenimiento y reproducción de sus condiciones sociales que, oculta las estructuras de dominio y la alienación “aceptada” por las clases dominadas. Su visión de la catalogada industria cultural denota la construcción de una cultura de masas fruto de las formas de producción capitalista, que esclavizan a las clases populares a través de una invasión en la intimidad de la conciencia de los individuos.

Sin duda, los paradigmas en comunicación han sido la respuesta a los momentos sociales de la época; ejemplo de ello es el predominio del paradigma funcionalista durante los procesos de reforma, o la expansión de la escuela crítica en los proyectos revolucionarios. Sin embargo, se evidencia un tercer momento con los procesos de dictadura en América Latina, con un giro en las políticas nacionales de



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

comunicación. Mientras que pensando en un cuarto momento, se podría destacar la década de los 80, que está marcada por un paradigma teórico indeterminado que busca su desarrollo en los procesos de democratización. Esta concepción ha profundizado los estudios de la comunicación en la construcción especializada de un enfoque más empírico que desplaza a los paradigmas teóricos mencionados en una concepción funcional de los medios de comunicación y su repercusión en la cultura. Es en esta redefinición que la comunicación se entiende en una concepción más cercana a los procesos políticos, estudiando un paralelismo entre los sistemas mediáticos y político-culturales. Esto ha propiciado que en los años 90, esta visión de los estudios de la comunicación se aleje de su subordinación a las ideologías políticas, y se expanda a una multiplicidad de campos que evidencian la complejidad para entender la comunicación en el mundo actual.

No obstante, la teoría crítica continúa siendo la base de muchos estudios. Esto a pesar de que ha sido cuestionada en los estudios de comunicación y de los estudios culturales en América Latina, principalmente en la obra de Jesús Martín-Barbero.

Se debe considerar que la ausencia de una escuela formalizada de estudios de la comunicación en América Latina ha impedido el desarrollo de estas reflexiones hacia la consolidación de una teoría de aceptación generalizada. Empero, el trabajo de Martín-Barbero se ha expandido a otros continentes, llamando la atención a ésta reformulación de la escuela crítica europea hacia una concepción del poder y la dominación diferente a la establecida. Es así que desde una comprensión transdisciplinar, establece en sus inicios una crítica a la obra de Theodor Adorno en su trabajo “ajuste de cuentas teórico”, en el cual refuta la perspectiva de alienación de los sujetos a la industria cultural y propone superar los análisis con enfoque ideológico.



“...de lo popular a lo masivo: el mero señalamiento de esta ruta puede resultar desconcertante. La ruta sin embargo indica el cambio de sentido que hoy nos hace posible ir de una comprensión de los procesos sociales basada en la exterioridad conspirativa de la dominación a otra que los piensa desde la hegemonía por la que se lucha, en la que se construyen las clases y se transforma incesantemente la relación de fuerzas y sentidos que componen la trama de lo social. Pensar la industria cultural, la cultura de masas, desde la hegemonía implica una doble ruptura: con el positivismo tecnologista, que reduce la comunicación a un problema de medios, y con el etnocentrismo culturalista que asimila la cultura de la masa al problema de la degradación de la cultura”¹.

Otra vertiente de estudio que viene de la teoría marxista, es la economía política de la comunicación, con un fuerte énfasis en conceptos como el poder y la dominación, con exponentes latinoamericanos tales como los investigadores argentinos Guillermo Mastrini y Martín Becerra, quienes observan la acción de los medios de comunicación en cuanto a la propiedad de los mismos, lo cual establece un paralelismo entre la estructura socioeconómica y la de contenidos.

En esa medida, el presente estudio plantea la necesidad de construir una visión crítica entre lo político y lo comunicacional, en un escenario donde las relaciones de poder se miden en la lucha por la hegemonía, es decir por alcanzar el predominio del sentido. Para ello se concibe el concepto de hegemonía desde la propuesta gramsciana. Es decir, desde una perspectiva en la cual, para ejercer algún tipo de poder, es indispensable que aquellos que son subordinados se sometan voluntariamente a los designios de aquellos que los subordinan. Para lograr esto, se requerirá, sobre todo, convencer al oprimido de que la ideología dominante es la única manera de vivir, sentir y pensar el mundo. Aquellos que poseen la hegemonía se esfuerzan porque su poder se legitime y para ello recurren a otras técnicas y

¹ MARTÍN-BARBERO, J., *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Anthropos, 2010, p. 96.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

recursos, incluyendo a las creencias, formas de lenguaje, así como a los aparatos de comunicación.

Antonio Gramsci da un paso más en la teoría marxista, evitando la idea de dominación tal como la entendió Hegel en las relaciones entre “amo” y “esclavo”. Hace esta distinción formulando el concepto de dominación como incapacidad de reaccionar frente a la ideología imperante y frente al sistema económico alienante². Es por ello, que en el curso de la dominación entiende que la fuerza coercitiva que se ejerce sobre una persona requiere de formas de "poder más inteligentes". Es decir, de la necesidad de una "seducción" del dominado a través de múltiples formas y aparatos. Entre ellos, el dominio sobre las creencias, la cultura, el lenguaje y aquellos que propagan ese lenguaje, es decir los medios de comunicación.

Empero, Gramsci también reconoce que existe una lucha incesante por alcanzar la hegemonía. En esta lucha los sectores que no poseen el poder para organizarse, actuar y autoreconocerse como oprimidos, comienzan a cuestionar las formas de sometimiento económico, ideológico y cultural que ejerce el poder hegemónico sobre ellos. A través de ello toman posición en un lugar del campo para enfrentarse a quienes poseen la hegemonía (concepto de guerra de posiciones de Gramsci)³.

El aporte fundamental de Gramsci es entender que la disputa se produce en un terreno más amplio que el de la dominación ideológica y económica. No siempre es fácil para la hegemonía convencer y alienar al proletariado y al campesinado. Estos grupos también pueden influir en la misma hegemonía, presionarla y en algunos momentos derrotarla. También pueden resistirse a sus aparatos, a los medios de comunicación o a los dueños de los medios de producción, unas veces simulando su

² GRAMSCI, A., *Cuaderno de la Cárcel 12, N°1*, México D.F., Era, 1984, p. 357.

³ *Ibid.*, p. 353



alienación y otras reapropiándose de los elementos culturales de la hegemonía y resignificándolos.

Desde esta perspectiva, los medios de comunicación actuarán no solamente como herramientas de propagación de las ideas de los grupos dominantes, sino que pretenderán seducir a las personas para dar por sentado los valores de los dominadores. Jesús Martín Barbero dirá que son las industrias culturales las que crean estos significados y estas formas de mirar el mundo repitiendo mensajes, estereotipos o formas de consumo en los medios hasta naturalizar y legitimar las ideas de los opresores⁴. Mientras que Pierre Bourdieu asegura, sin necesariamente seguir a Gramsci, que el fin del poder es crear costumbres y hábitos en la gente para que sigan los lineamientos de los poderosos. Una suerte de *habitus* construido desde los medios de comunicación y desde sus herramientas de construcción de identidad. Estos *habitus* profundamente interiorizados harán sentir al oprimido que se encuentra en total libertad, porque cotidianamente actúa pensando que aquello que lo domina es "natural" en su vida⁵.

Sin embargo, creer que las audiencias son sujetos pasivos y que la comunicación desde los medios de producción circula en una sola dirección es desconocer los estudios de la comunicación sobre una audiencia activa. Por ello, es necesario entender las resistencias, alteraciones y reapropiaciones desde las clases subalternas. Desde esa perspectiva desde lo subalterno se puede cuestionar la efectividad de los aparatos y la eficiencia de los medios de comunicación como herramientas del poder.

⁴ MARTÍN-BARBERO, J., "Reconfiguraciones de lo público y nuevas ciudadanías", en GONZÁLEZ, J. (ed.), *Ciudadanía y Cultura*, Bogotá, Tercer mundo, 2007, p. 16.

⁵ El *habitus*, como sistema de disposiciones adquiridas por medio del aprendizaje implícito o explícito que funciona como un sistema de esquemas generadores, genera estrategias que pueden estar objetivamente conformes con los intereses objetivos de sus autores sin haber sido concebidas expresamente con este fin (BOURDIEU, P., *Campo de Poder, Campo Intelectual*, Buenos Aires, Montessor, 2002, p. 125).



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

“Al tratarse de hegemonía y no de dominación, el vínculo entre ambas se apoya menos en la violencia que en el contrato: una alianza en la que los hegemónicos y subalternos pactan prestaciones “recíprocas”. La importancia objetiva y subjetiva de este intercambio explica por qué la explotación no aparece todo el tiempo como el aspecto de sus relaciones. Explica también el éxito del populismo –político y comunicacional- no por ser una operación manipuladora sino por su capacidad de comprender este enlace, esta necesidad recíproca entre clases opuestas”⁶.

Martín-Barbero, a través de los estudios culturales y posteriormente los estudios sobre subalternidad y pos-colonialidad, concluye que a pesar del bombardeo mediático, comunicacional, todavía los sectores subalternos luchan por mantener sus identidades y formas de ver el mundo⁷. Esto reafirma la concepción de Gramsci, asegurando que la lucha por la hegemonía se hace en el terreno de la superestructura (creencias, mitos, lenguaje, cultura, identidad, auto-reconocimiento) y no solo en lo "económico o en las estructuras estructurantes" que son las que determinarían las relaciones de poder entre los individuos⁸.

Los medios de comunicación son concebidos por Gramsci y Bourdieu como actores con una posición específica dentro del campo de poder y otras esferas de lo simbólico. Desde la lógica de Gramsci diríamos que estos medios se articulan al concepto de “guerra de posiciones”, en la cual los medios, al igual que unidades militares, toman posiciones en o durante una batalla. Por tanto, los medios actúan como unidades que entran y salen de diferentes campos, a la vez que se alinean hacia un lado o hacia el otro de acuerdo a sus intereses. En esa medida, es importante notar que los medios cobran "vida" como sistemas de comunicación clientelar, que hacen uso de su acumulado simbólico y económico que los permite realizarse como sujetos

⁶ GARCÍA, C., “Gramsci con Bourdieu, hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular”, en *Nueva Sociedad*, 1984, n° 71, p. 72.

⁷ MARTÍN-BARBERO, J., *Op. cit. (passim)*.

⁸ GRAMSCI, A., *Cuaderno de la Cárcel 7*, n°83, México D.F., Era, 1984, p. 357.



con poder y decisión, es decir, como sujetos políticos que también contienden en un campo de juego. De tal forma, que establecen relaciones, alianzas y oposiciones a conveniencia.

“Al vincular la hegemonía con el consumo se advierte por qué no puede ser mera imposición. Sabemos que la burguesía, como propietaria de los medios de producción y circulación, tiene un papel decisivo en la organización material e ideológica de la vida popular. Pero si pretende ejercer eficazmente su hegemonía, desde el momento de la producción debe incluir en los productos (en el número y diseño, en la función y el sentido) no solo sus intereses sectoriales sino aquella parte de la cultura subalterna que vuelva a esos productos útiles y significativos para la mayoría”⁹.

Es importante no descuidar al sujeto histórico que frente a esta hegemonía combate significa y resignifica, pero también que tiene la capacidad de construir sus propios medios en oposición a estos y sus propias posibilidades y aparatos de comunicación o formas de propagación cultural, y que influyen en el conjunto de la esfera pública.

Esta perspectiva plantea un complejo desempeño de las relaciones de poder dentro del campo político, en el cual los medios de comunicación son mediadores entre los grupos “dominantes” y “dominados”; lo cual, aparta la visión sistémica-funcionalista de los medios de comunicación en una estructura inmóvil.

El poder se define en la medida de la existencia de una resistencia; es decir que el poder está presente en todas las relaciones de fuerza, no como algo que pueda ser poseído, sino ejercido.

Desde otra perspectiva, Habermas entiende el poder desde la categoría de “poder comunicativo” que no parte de una idea de instrumentalización de la misma,

⁹ GARCÍA, C., *Op. cit.*, p. 72.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

sino de una plataforma hacia el entendimiento¹⁰. Así, la reflexión se realiza sobre una hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad, que entiende a la comunicación como el motor de su desarrollo y desenvolvimiento.

En base a lo expuesto es que este trabajo considera a los medios de comunicación como mediadores en el campo político, desde una perspectiva que se distancia de ver a los medios de comunicación como meros aparatos de transmisión de ideología en la construcción dominante de una realidad. En esta línea, se plantea entender a los medios de comunicación como un organismo a través del cual cruzan las concepciones culturales en el espacio estratégico de la lucha de clases. En consecuencia, se los concibe por su papel transformador de la cultura y su capacidad de influir y ser influidos en la construcción de la percepción de una realidad.

Además se destina una nueva óptica al sujeto como receptor en una posición contra-hegemónica hacia los medios de comunicación. Es decir, que se sobrepasa los lineamientos de la escuela de Frankfurt en una postura crítica que no deviene de un agente pasivo sino activo en la configuración de las relaciones de poder. No obstante, debe verse desde la visión comparativa de Gramsci sobre los conceptos de hegemonía y dominación. El primero de ellos para referirse a las relaciones entre la clase burguesa y el proletariado mientras que el segundo, como una forma de control social coercitivo. En consecuencia, se habla de un contrapoder que es legitimado desde lo popular en la construcción de los discursos por el poder hegemónico de los medios de comunicación y de los grupos de poder.

¹⁰ HABERMAS, J., *Teoría de la acción comunicativa II, Crítica de la razón funcionalista*, Madrid, Taurus Humanidades, 1987 (*passim*).



OBJETIVOS

General

Entender la posición de los medios de comunicación en el campo político y sus relaciones de poder frente a los grupos dominantes y la audiencia activa en su lucha por alcanzar la hegemonía a través del estudio comparado entre los sistemas mediáticos de Ecuador y Venezuela en la historia más reciente.

Específicos

- Comprender cuál es el rol de los medios de comunicación de Ecuador y Venezuela en el escenario latinoamericano actual, frente a los gobiernos y en la historia más reciente.
- Reflexionar de forma crítica sobre el accionar político de los medios de comunicación ecuatorianos y venezolanos en la catalogada “mediocracia”.
- Analizar si los medios de comunicación ecuatorianos y venezolanos son capaces de generar procesos de cuestionamiento a los actores del campo político, en una disputa por cambiar las relaciones de poder.
- Establecer por vez primera en los estudios de comunicación de Ecuador y Venezuela una categoría de análisis sobre los sistemas de comunicación desde una perspectiva holística –no sistemática-, que permita entender la posición de estos dentro del campo político.
- Observar las consecuencias de la acción de los medios de comunicación como mediadores dentro del campo político.



PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo se establecen las relaciones de poder y contrapoder en los sistemas mediáticos de Ecuador y Venezuela?

HIPÓTESIS

La posición privilegiada de los medios de comunicación en el campo de lo simbólico y lo político les permite constituirse como mediadores en la lucha por la hegemonía en una arena donde los “dominados” y “dominantes” contienden por el poder en el populismo.

MÉTODO DE TRABAJO

Como método de investigación se ha considerado el método cualitativo que permite la revisión de toda la literatura e información sobre el tema para el abordaje y desarrollo de la hipótesis y pregunta plateada. Además se empleará como metodología el análisis comparado con el cual se estudiarán los casos de Ecuador y Venezuela a fin de documentar la construcción de los medios de comunicación y su rol en el campo del poder.

El análisis comparado permitirá probar la hipótesis en dos casos de estudio semejantes bajo la complementariedad de un análisis de la teoría y el soporte de datos empíricos que sustenten los conceptos.

En consecuencia, se propone un enfoque unificado a partir de un análisis comparado entre Ecuador y Venezuela a través del método de la semejanza; que permitirá generar aportes teóricos de valores atípicos y que podrían ser empleados en otros casos, o servir para el desarrollo de nuevas perspectivas de estudio de la comunicación y de los sistemas mediáticos en América Latina.

Este método tiene como variable dependiente el Modelo mediático pluralista polarizado establecido para los países mediterráneos y como variables independientes: a) un bajo desarrollo de la prensa de masas, b) alta intervención estatal, c) elevado paralelismo político y d) bajo nivel profesional. Estas variables parten del estudio de Daniel Hallin y Paolo Mancini en la identificación de modelos mediáticos. Esta es la primera aproximación con un estudio particular y profundo de Ecuador y Venezuela bajo la misma metodología, con el fin de establecer su aplicabilidad a un modelo latinoamericano u observar su inaplicabilidad en la consolidación de una nueva propuesta para los países de estudio.

Para el desarrollo de este trabajo se ha dividido en seis capítulos que tienen como objetivo presentar, analizar y generar conclusiones sobre la hipótesis planteada. Es así que, el primer capítulo tratará sobre cómo el poder y el contrapoder se entretejen en una lucha por la hegemonía dentro del campo político y mediático a través del capital simbólico de los actores. En el segundo capítulo se analiza cómo la crisis de partidos originada por una crisis de legitimidad lleva a una democracia cada vez más mediática en la cual la ruptura del sistema de representación afirma el posicionamiento de los medios como actores políticos. En el tercer capítulo, se plantea a los sistemas mediáticos dentro de un escenario político populista que moldean las acciones de los medios de comunicación en una suerte de clientelismo político y clientelismo mediático para ejercer un contrapoder al poder hegemónico. En el cuarto y quinto capítulo, se estudian los casos ecuatoriano y venezolano,



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

respectivamente; haciendo referencia a sus características mediáticas en ejes como: estructura e historia del mercado de los medios de comunicación, paralelismo político, intervención estatal y desarrollo de la profesionalidad de los periodistas. Mientras que en séptimo capítulo se establece el estudio comparado entre los casos de estudio y como estos han transitado de un sistema mediático mixto (hipercomercial – clientelar) a uno iliberal. Finalmente, se presentarán las conclusiones del documento de investigación.



Báez Avilés, G. I.



1. PODER Y CONTRAPODER

1.1. LUCHA POR LA HEGEMONÍA EN EL CAMPO POLÍTICO

Los medios han sido llamados innumerables veces el cuarto poder del Estado, pero ¿son estos en realidad un poder o un contrapoder al poder hegemónico constituido?

Dejando de lado una visión instrumental de los medios de comunicación como meras herramientas de control o de persuasión de la esfera pública en espacios como la política, deben entenderse estos dentro de la superestructura, comprendida esta como una totalidad compleja articulada por el rol del Estado y la sociedad civil. En ese sentido, es fundamental analizar las relaciones de fuerzas que definen las posturas de poder y contrapoder en el marco de los sistemas mediáticos. Así como la construcción de un campo de lo político dominado por posturas antagónicas que luchan por la hegemonía. Para ello, Pierre Bourdieu nos habla del campo político y cómo la relación de fuerzas y el *habitus* son componentes esenciales en un escenario en el cual las reglas del campo están dictadas por la dinámica misma de sus actores¹¹. Reglas tácitas que son parte de ese juego por escalar posiciones de poder frente al otro gracias a la acumulación de un capital simbólico.

La modernización del ámbito político en adaptación a un público más exigente va de la mano de un sistema mediático más adentrado en lo político, con

¹¹ BOURDIEU, P., *Campo De Poder, Campo Intelectual*, Buenos Aires, Montessor, 2002, p. 125.



implicaciones importantes en el control de la esfera pública por los grupos de poder que manejan los medios de comunicación. Este hecho ha contrapuesto las posturas no solo de los medios de comunicación hacia las expresiones del Estado (políticas públicas, marco legal, etc.), sino también de las audiencias a los medios de comunicación. En ese marco, se evidencia como la postura intermediaria de los medios de comunicación se enmarca en una constante pugna de poder en las esferas de influencia.

Se otorga a los medios de comunicación el papel de instrumentos de dominación de las masas, afirmando en cierta medida la masificación de la opinión. Una afirmación errónea que da poco margen de respuesta a público capaz de tomar posición, como señala Jürgen Habermas.

“Cuando la imagen, por difusa que sea, que la sociología de los medios de comunicación de masas nos transmite de un espacio de la opinión pública dominado por los medios de comunicación de masas, atravesado de parte a parte por relaciones de poder, la evocamos sobre el trasfondo de estas expectativas normativas, uno tiende a valorar con muchas reservas las oportunidades que la sociedad civil pueda tener de ejercer influencia sobre el sistema político. Sin embargo, esta estimación sólo se refiere a un *espacio público en estado de reposo*. En los instantes de movilización empiezan a vibrar las estructuras en las que propiamente se apoya la autoridad de un público que se decide a tomar posición. Pues entonces cambian las relaciones de fuerza entre la sociedad civil y el sistema político”¹².

Para Habermas, el espacio de la opinión pública se entiende como “una red para la comunicación de contenidos y tomas de posturas, es decir, de opiniones”¹³. En esa red, en que los flujos de comunicación quedan filtrados por los ámbitos de la vida privada (familia, amistades, etc.), estos marcan una influencia que tiene

¹² HABERMAS, J., *Facticidad y Validez*, Madrid, Trotta, 1998, pp. 459-560.

¹³ *Ibid.*, p. 404.



consecuencias en la vida individual. Es decir, con una incidencia en el espacio social, propiciado en la acción comunicativa.

La utilización de los marcos de referencia, en términos de Bourdieu, del capital simbólico cultural es esencial en los procesos de cambio de preferencias y actitudes y su consecuente acción. Situación que ha sido observada en momentos electorales, en los cuales Talcott Parson nos habla de la “influencia” de los medios de comunicación en el entendimiento y anticipo de convicciones¹⁴.

Para Habermas, la sociedad civil puede en situaciones específicas influenciar sobre el espacio de la opinión pública e incidir en el sistema político. No obstante, destaca que en la política deliberativa “los medios de comunicación de masas han de entenderse como mandatarios de un público ilustrado, cuya disponibilidad al aprendizaje y capacidad de crítica presuponen, invocan y a la vez refuerzan”. Para él, esta utopía de la imparcialidad de los medios de comunicación legitima a los mismos y a la vez neutraliza su poder al impedir “la aglomeración de masas adoctrinadas y fanatizadas”¹⁵.

Empero, la manipulación de la información vulnera el rol del sistema político transformando también las relaciones de poder dentro del mismo.

“La circulación del poder regulada en términos de Estado de derecho queda neutralizada cuando el sistema administrativo se autonomiza frente al poder comunicativamente generado, cuando el poder social de los sistemas funcionales y de las grandes organizaciones (incluyendo los medios de comunicación) se transforman en poder ilegítimo y cuando los recursos del mundo de la vida no bastan para comunicaciones públicas espontáneas que

¹⁴ PARSON, T., “On the concept of influence”, en Id., *Sociological Theory and Modern Society*, New York, Free Press and London, 1967, pp. 355-382.

¹⁵ HABERMAS, J., *Op. cit.*, pp. 459-560.



puedan garantizar que los intereses sociales puedan expresarse de manera no distorsionada ni forzada”¹⁶.

En esa medida, el restarle credibilidad a los medios de comunicación se ha constituido en una táctica fundamental para los gobiernos que buscan resaltar sus políticas públicas sobre la voz divergente de los medios masivos. ¿Por qué? Porque los medios de comunicación son productores de bienes simbólicos. Un aspecto fundamental en el momento de entender las posiciones de dominación dentro del campo.

“Más precisamente, a cada posición típica de la relación entre fracción dominada-dominante y fracción dominante corresponden categorías de agentes con diversos tipos de gratificación económica y simbólica, según la relación entre categoría y mercado”¹⁷.

Desde el marxismo, las relaciones de fuerzas entre estas categorías están atravesadas por las nociones de clase y su respectivo capital económico acumulado. No obstante, estas relaciones pueden entenderse desde otras nociones como desde el ámbito intelectual dotado por el capital cultural, o desde el ámbito comunicacional en una noción que va más allá del dominio de la información, sino que además atraviesa distintos tipos de capital: económico, social, cultural, simbólico. Estos tienen una importancia significativa en los espacios de poder dentro de los campos.

Pierre Bourdieu define a los campos como “espacios estructurados de posiciones (o de puestos) cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios y pueden analizarse en forma independiente de las características de sus ocupantes”¹⁸. Explica que existen leyes generales de los campos sin importar su rama, por lo que siempre habrá una suerte de pugna por el poder. “Para que funcione un

¹⁶ HABERMAS, J., *Op. cit.*, p. 468.

¹⁷ BOURDIEU, P., *Op. cit.*, p. 109.

¹⁸ *Ibid.*, p. 119.



campo, es necesario que haya un juego y gente dispuesta a jugar, que esté: dotada de los *habitus*¹⁹ que implican el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego”²⁰. En esa estructura, el capital específico acumulado tiene un rol esencial en la toma de posiciones y en el tipo de estrategias de conservación del *statu quo* o de subversión.

“La lucha presupone un acuerdo entre los antagonistas sobre aquello por lo cual merece la pena luchar y que queda reprimido en lo ordinario, en un estado de *doxa*, es decir, todo lo que forma el campo mismo, el juego, las apuestas todos los presupuestos que se aceptan tácitamente, aun sin saberlo, por el mero hecho de jugar, de entrar en el juego. Los que participan en la lucha contribuyen a reproducir el juego, al contribuir, de manera más o menos completa según los campos, a producir la creencia en el valor de lo que está en juego. Los recién llegados tienen que pagar un derecho de admisión que consiste en reconocer el valor del juego (la selección y cooptación siempre prestan mucha atención a los índices de adhesión al juego, de inversión) y en conocer (prácticamente) ciertos principios de funcionamiento del juego. Ellos están condenados a utilizar estrategias de subversión, pero éstas deben permanecer dentro de ciertos límites, so pena de exclusión”²¹.

En este panorama, Antonio Gramsci, considerando la idea de hegemonía del proletariado de Lenin, sitúa su investigación en un elemento que será fundamental dentro del campo de poder de Bourdieu. Para Gramsci, el concepto de hegemonía tiene sus distinciones de las funciones del dominio. Entiende la hegemonía como una efectiva dirección política, intelectual y moral que se expresa desde el proletariado y desde la burguesía en formas distintas. La primera busca entender la participación de los individuos, mientras que la segunda apela a mantener los intereses particulares.

“Toda la ideología liberal, con sus fuerzas y sus debilidades, puede ser resumida en el principio de la división de poderes y se revela cuál es la fuente de la debilidad del liberalismo:

¹⁹ *Ibid.*, p. 125.

²⁰ *Ibid.*, p. 120.

²¹ *Ibid.*, p. 124.



es la burocracia, o sea la cristalización del personal dirigente que ejerce el poder coercitivo y que en cierto punto se convierte en casta”²².

Para Gramsci, el sistema hegemónico se concibe dentro de una “guerra de posiciones”²³ que coincide con las reglas del campo expresadas por Bourdieu. Para ello, se debe comprender que la hegemonía usualmente es ejercida por el grupo dominante. En muchos casos este corresponde a los intelectuales como quienes establecen por su posición las pautas del juego de posiciones.

“Es posible, por ahora, establecer dos grandes “planos” superestructurales, el que se puede llamar de la ‘sociedad civil’, o sea del conjunto de organismos vulgarmente llamados ‘privados’, y el de la ‘sociedad política o Estado’ y que corresponden a la función de ‘hegemonía’ que el grupo dominante ejerce en toda la sociedad y al de ‘dominio directo’ o de mando que se expresa en el Estado y en el gobierno ‘jurídico’. Estas funciones son precisamente organizadas y conectivas. Los intelectuales son los ‘encargados’ por el grupo dominante para el ejercicio de las funciones subalternas de la hegemonía social y del gobierno político, esto es: 1] del consenso ‘espontáneo’ dado por las grandes masas de la población a la orientación imprimida a la vida social por el grupo dominante fundamental, consenso que nace “históricamente” del prestigio (y por lo tanto de la confianza) derivado por el grupo dominante de su posición y de su función en el mundo de la producción”²⁴.

De esta forma, Gramsci destaca a los partidos políticos como grupo social en la pugna por el poder hegemónico, como una forma de crear “su propia categoría de intelectuales orgánicos”²⁵. En consecuencia, estos organismos políticos se adentran en la esfera pública a fin de influenciarla por la conquista del poder, haciendo de esta una contienda por “el monopolio de los órganos de la opinión pública: periódicos,

²² GRAMSCI, A., *Cuaderno de la Cárcel 6, n°81*, México D.F., Era, 1984, p. 66.

²³ GRAMSCI, A., *Cuaderno de la Cárcel 10, n°9*, México D.F., Era, 1984, p. 130.

²⁴ GRAMSCI, A., *Cuaderno de la Cárcel 12, n°1*, México D.F., Era, 1984, p. 357.

²⁵ *Ibid.*, p. 357.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

partidos, parlamento, de modo que una sola fuerza modele la opinión y con ello la voluntad política nacional”²⁶.

En esencia, se observa que los medios de comunicación cumplen un papel fundamental en el desarrollo del campo político, en el cual deben acoplarse a las reglas de juego impuestas por el poder dominante que es la participación del Estado. En esa medida, estos a través de la historia política de los países en estudio, Ecuador y Venezuela, han sabido tomar posiciones de forma que estas sean favorables a sus intereses particulares. No obstante, como intermediarios entre los representantes políticos y sus representados, los medios de comunicación se encuentran en una doble postura antagónica: hacia el gobierno y hacia la audiencia.

Entendido el papel de los medios de comunicación, el control de la opinión pública se vuelve una prioridad en la lucha por la hegemonía dentro del campo político.

1.2. EL PODER: CAPITAL SIMBÓLICO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cuando se habla de *capital* en términos de Bourdieu, se entiende a éste como una herramienta que genera beneficios pero que también puede reproducirse o crear. Se aplica al sentido económico, intelectual, cultural, político, simbólico, etc.

“El capital es trabajo acumulado, bien en forma de materia, bien en forma interiorizada o ‘incorporada’. Cuando agentes individuales o grupos se apropian de capital privada o exclusivamente, posibilitan también, gracias a ello, la apropiación de energía social en forma de trabajo vivo o de trabajo cosificado. Como *vis insita*, el capital es una fuerza inherente a las estructuras objetivas y subjetivas; pero es al mismo tiempo -como *lex insita*- un principio fundamental de las regularidades internas del mundo social. El capital hace que los

²⁶ GRAMSCI, A., *Cuaderno de la Cárcel 7*, n°83, México D.F., Era, 1984, p. 357.



juegos de intercambio de la vida social, en especial de la vida económica, no discurren como simples juegos de azar en los que en todo momento es posible la sorpresa”²⁷.

El capital en todas sus manifestaciones es necesario en el funcionamiento del mundo social, por ejemplo; el capital económico acumulado permite la producción de relaciones de intercambio dentro de la clase burguesa generando constantemente mayores beneficios para este segmento social. Un tipo de capital que puede transformarse en capital político o de poder. De igual forma, está el capital social y el capital cultural que deviene de una buena formación académica y que puede convertirse bajo ciertas condiciones en capital económico. En cuanto al capital simbólico:

“El capital cultural suele concebirse como capital simbólico; es decir, se desconoce su verdadera naturaleza como capital y, en su lugar, se reconoce como competencia o autoridad legítima que debe esgrimirse en todos los mercados en los que el capital económico no goza de reconocimiento pleno (por ejemplo, en el mercado matrimonial). Por otra parte, de esta verdadera ‘lógica simbólica’ resulta que la posesión de un gran capital cultural es concebida como “algo especial”, que por tanto sirve de base para ulteriores beneficios materiales y simbólicos”²⁸.

Los medios de comunicación pertenecen a la lógica del capital de Bourdieu desde varias perspectivas:

- Como capital económico acumulado debido a los medios necesarios para la producción y transmisión de información, ya sea en televisión, radio o prensa escrita.
- Como capital cultural acumulado, porque la información generada desde los diferentes medios está enfocado a los diferentes tipos de audiencias dentro de los marcos de referencia cultural y social.

²⁷ BOURDIEU, P., *Poder, Derecho y clases sociales*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 2000, p. 131.

²⁸ *Ibid.*, p. 141.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- Como capital social dado su grado de influencia en la esfera pública.
- Como capital político por su participación como actor político dentro del campo y por su nivel de persuasión informativa.
- Finalmente, como capital simbólico, que devendría de una transformación de cada una de las formas de capital mencionados. Porque se reconoce a los medios de comunicación como “autoridad legítima” para comunicar. De ello se desprende el que sea concebido en varios casos como el cuarto poder.

El rol de los medios de comunicación al verse inmersos dentro de la lógica del capital cultural mejora su posición dentro del campo. Es por ello que se han convertido en espacios privilegiados de poder. Su nivel de influencia y su posición en el campo lo sitúan en un puesto importante dentro de la reproducción misma de dicho capital simbólico.

“El capital cultural objetivado subsiste como capital simbólico y materialmente activo y efectivo sólo en la medida en que el agente se haya apropiado de él y lo utilice como arma y aparejo en las disputas que tienen lugar en el campo de la producción cultural”²⁹

Este es el resultado de una inversión estratégica por el reconocimiento de su capital para mantener las relaciones sociales a favor de sus intereses para un próximo aprovechamiento de éste. Sin duda, no todos los medios de comunicación gozan del mismo capital simbólico; éste dependerá de múltiples factores que devienen de un tiempo dedicado a la obtención del mismo y la transformación de capital económico en capital cultural y simbólico.

Es la lucha por la hegemonía lo que lleva a los medios de comunicación a capitalizar su poder. Empero, es primordial entender la óptica con la que éste se concibe. Por ejemplo, Michel Foucault rechaza la dicotómica concepción del

²⁹ *Ibid.*, p. 146.



marxismo sobre la oposición binaria del poder en dominantes y dominados; y resalta la idea de poder como organización positiva basada en las relaciones de fuerza³⁰. De esta forma, no existe un centro de poder pero reconoce las relaciones de poder más allá del rol del Estado. Y destaca, además, la posibilidad de resistencia de la ‘agencia’.

Baudrillard, por su parte critica a Foucault señalando que el poder se ha disuelto en la postmodernidad dominada por el simulacro y por su metamorfosis en signos³¹. En consecuencia, convirtiendo al poder en simulacro. Por otra parte, Jacques Derrida nos habla de la deconstrucción que pone en juego la ambivalencia y oposición de las fuerzas no discursivas. Derrida expresa en sus trabajos las oposiciones binarias del lenguaje que rigen en Occidente, con lo cual se establecen términos de exclusión y jerarquía; lo cual es empleado para mantener el *statu quo* en las sociedades, estableciendo las categorías impuestas: dominante-dominado. La deconstrucción no permite pasar de un concepto a otro, sino invertir el orden conceptual que establecen categorías de subordinación dentro del campo de fuerzas discursivas. Las consideraciones de este autor marcan al lenguaje como un instrumento del poder.

“Pero, ¿qué hay de peligroso en el hecho de que las gentes hablen? supongo que en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad”³².

El discurso es de suma importancia en la sociedad, ya que refleja las luchas y los sistemas de dominación, que son replicados por los medios de comunicación en la esfera pública. En esa medida, estos cumplen un papel fundamental como mediadores

³⁰ QUEVEDO, A., *De Foucault a Derrida*, Navarra, Eunsa, 2001, p. 103.

³¹ *Ibid.*, p. 173.

³² FOUCAULT, *El orden del discurso*, Barcelona, Fabula Tusquets, 2005, p. 14.



ya que tienen la posibilidad de controlar el discurso a través de la exposición u omisión de información. Son parte esencial de la construcción simbólica y por tanto del fortalecimiento de los marcos de referencia. En consecuencia, los medios de comunicación cuentan con una posición privilegiada dentro del campo de poder. Por ello, su oposición o simpatía hacia los gobiernos de turno, constituye un soporte fundamental en la forma de manejar al pueblo. En el primer caso, su antagonismo puede resultar en una contienda por la deslegitimación de sus roles con el Gobierno. Situación que se observa por parte de los medios privados en Ecuador y Venezuela en la historia más reciente.

1.3.AUDIENCIAS Y CONTRAPODER

Nos enfrentamos a un mundo cada vez más mediatizado, en el cual la heterogeneidad de la opinión pública se desvanece en una serie de simulacros que anulan la capacidad de debate y merman el sentido crítico de los ciudadanos, convirtiéndose en una estadística más de los sondeos de opinión. Parte de ello, se debe a un “vaciamiento simbólico de los partidos”, como dice Jesús Martín Barbero, que ha propiciado un escenario favorable para los medios de comunicación a fin de convertirse “en meras maquinarias de poder y en mercaderes de la política”³³.

Esta atomización de los públicos responde a una crisis de representación política que afecta a los niveles de gobernanza y modifica las dimensiones simbólicas.

“Pero, ¡atención!: a donde remite la atomización de los públicos no es el afecto del medio de comunicación sino a la crisis del discurso político y, por debajo de ella, a la de aquello que le

³³ MARTÍN-BARBERO, J., *Op. cit.*, p. 16.



daba sustento, a la crisis del lazo social en cuanto conjunto de las relaciones simbolizadas entre los hombres. Entonces, si los públicos de la política casi no tienen rostro y son cada vez más una estadística, no estamos ante un cambio que produce la televisión sino la sociedad, cuyo proceso de racionalización como modernidad la ha convertido en la “jaula de hierro” que previera Weber: aquella en la que operativizar el poder fáustico, cognitivo y tecnológico, el hombre convierte al mundo en algo predecible y dominable. Secular significaba para Weber una sociedad en la que la desaparición de las seguridades tradicionales resquebraja los lazos que tejían la integración de la comunidad. Y es con esa desintegración que conecta la atomizada, la socialmente desagregada experiencia de lo político que proporciona la televisión. Pero en esa experiencia no hay únicamente repliegue sobre lo privado sino una profunda reconfiguración de las relaciones entre lo privado y lo público (Mongin, p. 1996), el solapamiento de sus espacios y el emborronamiento de sus fronteras”³⁴.

La construcción de sentido se ve truncada por una política basada en los simulacros, en el sensacionalismo, en el hiperrealismo de las relaciones poder, tejiendo escenarios cada vez más ficticios y que se deben a la lógica creada para subsistir. Ejemplo de ello, es cómo los políticos y la política misma han derivado en una creciente superficialidad del marketing político porque responden a lógicas simplificadoras del mundo comunicacional. Nuevas concepciones de las audiencias que han transformado al ciudadano en un nuevo tipo de sujeto político. Para ello es necesario considerar en futuras investigaciones a los medios digitales dentro del análisis, ya que la Web 2.0, demuestra la emergencia de una comunicación sin mediaciones, incentivando la participación de los ciudadanos; ejemplo de ello ha sido la creciente organización de los movimientos sociales, a través de las redes sociales, como mecanismos de comunicación alternativos.

Para Manuel Castells, la “comunicación inalámbrica [...] abre el abanico de influencias en el campo de la comunicación”, lo cual hace más participativa la intervención de los ciudadanos definiéndose otros espacios de poder para el debate y

³⁴ *Ibid.*

la organización. “En nuestra sociedad, el poder es el poder de la comunicación”, así lo define el académico, que entiende a la comunicación y la información como “fuentes de poder y contrapoder, de dominación y de cambio social. Esto se debe a que la batalla más importante que hoy se libra en la sociedad es la batalla por la opinión pública”³⁵.

Las relaciones de poder que se tejen en la esfera pública constituyen una fuente decisiva para la dominación del discurso y el control de la producción de sentidos. En esa medida nace el contrapoder como “la capacidad de un actor social de resistirse y desafiar a las relaciones de poder institucionalizadas”³⁶. Todo sistema se construye de relaciones por la dominación, con lo cual los sistemas mediáticos no están exentos de ello. No obstante, deben ajustarse a una nueva lógica que introduce la comunicación digital en un contexto de exposición pública, que tiende a demostrar la inconformidad de los ciudadanos no solo frente al Estado sino también hacia los propios medios de comunicación tradicionales, en un escenario marcado por una crisis de legitimidad de la política. Sin duda, esto contribuye a la formación de un individuo más subversivo a las lógicas del *statu quo* que son hereditarias de procesos de dominación continuos.

El ciudadano es consumidor del mercado político, por lo cual los medios de comunicación son espacios donde se decide el poder, pero también son actores en esta contienda por dominar la esfera pública y por ejercer presión política al Gobierno. Esto desde prácticas comunes como la denuncia de procesos irregulares o la reiterada exposición mediática sobre temas que finalmente surgen efecto en una ciudadanía más organizada que puede salir a las calles y pronunciarse. La persuasión

³⁵ CASTELLS, M., “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política”, en *Telos*, 2008, n° 74 (*passim*).

<https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp?idarticulo=1&rev=74.htm>
(consultado: 20-11-2015).

³⁶ *Ibid.*



de los medios de comunicación es una herramienta clave y sutil que se evidencia desde el análisis crítico de los discursos empleados hasta las propias manifestaciones claras de posturas políticas en una coyuntura determinada.

La política de los escándalos ha contribuido en la crisis de legitimidad política, afectando los procesos de elección de los votantes y sus representantes. Por lo cual, esta práctica se ha trasladado a la comunicación digital y a las redes sociales fomentando no sólo un pseudoperiodismo basado en denuncias sino alterando los principios propios de la profesión y sus prácticas éticas.

“Por tanto, la creciente interacción entre redes de comunicación horizontales y verticales no significa que los principales medios se estén apoderando de las nuevas formas autónomas de generación y distribución de contenidos. Significa que existe un proceso contradictorio que da origen a una nueva realidad mediática, cuyos contornos y efectos se decidirán finalmente por medio de una serie de luchas de poder políticas y empresariales, mientras los propietarios de las redes de telecomunicación se están posicionando ya para controlar el acceso y el tráfico en favor de sus socios y clientes preferidos. En efecto, nos encontramos en un nuevo ámbito de comunicación y, en última instancia, en un nuevo medio, cuyo eje principal está compuesto por redes informáticas, cuyo lenguaje es digital y cuyos remitentes están distribuidos por todo el mundo y son globalmente interactivos”³⁷.

Las relaciones de poder están dadas bajo una estrecha relación entre las fuerzas de producción e ideología, con lo cual los sujetos no sólo están influenciados por el poder del Estado, sino también del modelo capitalista y la hegemonía cultural de los grupos de poder económico que buscan naturalizar su ‘supremacía’ a través de una manipulación de los sentidos de identidad. En esa medida, se convierten en el grupo social dominante y dirigente.

³⁷ *Ibid.*

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Empero, la *clase subalterna* como diría Gramsci, también es capaz de volverse hegemónica al proponer cambios y liderar procesos de nuevo orden y de reestructuración social. La sociedad civil moderna tiene en su poder la capacidad de desarrollar una hegemonía alternativa, participativa en la *guerra de posiciones*.

De acuerdo a la “la filosofía de la praxis” de Gramsci, es preciso identificar los instrumentos de dominio con la finalidad de equiparar la lucha política y tornar independientes a los gobernados de los gobernantes.

“Para la filosofía de la praxis las superestructuras son la realidad (o se vuelve una realidad cuando no son puras elucubraciones individuales) objetiva y operante; ella afirma explícitamente que los hombres toman conciencia de su posición social y por ende de sus obligaciones en el terreno de las ideologías, lo que no es pequeña afirmación de la realidad; la misma filosofía de la praxis es una superestructura, es el terreno en el que determinados grupos sociales toman conciencia de su propio ser social, de su propia fuerza, de sus propias obligaciones, de su propio devenir”³⁸.

Es la transición hacia un sujeto político que busca romper la estructura que los subordina. Un sujeto que deviene de un largo proceso y de un intenso trabajo crítico que lleva a la reflexión de toda una clase. En términos de Gramsci, la clase subalterna debe convertirse en clase dirigente y dominante; a fin de ser la fuerza antagónica a la burguesía. Para él, cada grupo social representa una función determinada con una posición dentro de la cadena de producción, lo cual permite comprender las posibilidades reales a las que se enfrentan cada uno y los equilibrios alcanzados para sostener al grupo dominante³⁹. No obstante, para Gramsci, la crisis de ideología del

³⁸ GRAMSCI, A., 1997, p. 35, citado en HERRERA, M., “El problema de la hegemonía y las crisis”, en GARCÍA, J. (ed.), *Antonio Gramsci y la crisis de hegemonía*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2013, p. 120.

³⁹ GRAMSCI, A., *Notas sobre Maquiavelo, la política y el Estado moderno*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1997 (*passim*).



capitalismo fortalece a la sociedad civil dentro de la guerra de posiciones en su conquista por la hegemonía⁴⁰. Sin embargo, la crisis orgánica de representación hace que la relación gobernantes-gobernados se vea resquebrajada con continuos cuestionamientos a las formas de dominación y profundiza su apertura a nuevas formas ideológicas.

Se debe recordar que la lucha por la hegemonía, es la lucha por “la unidad de la dirección política, intelectual y moral y del dominio político y económico que ejerce una clase social sobre la sociedad”⁴¹.

Es por ello, que el control de la producción informativa es de suma importancia, pues como se señaló antes, el discurso constituye un recurso simbólico de la capacidad de los sujetos en su lucha por la hegemonía. Enmarcado en el campo político, atraviesa esta disputa también por los campos cultural y simbólico. Es por ello, que los movimientos sociales se apoyan en los medios de comunicación tradicionales y digitales para expresar sus propuestas, aunque la crítica de estos ha estado enfocada a que la radio, televisión y prensa escrita tienden a invisibilizar sus actos y demandas en defensa de los grupos de poder que suelen ser dueños o aliados de las empresas de comunicación.

“Sin embargo los movimientos se enfrentan a una situación contradictoria; por una parte rechazan a los medios tradicionales y son conscientes de su limitada capacidad de incidir en ellos, por otra, perciben la necesidad de usarlos para alcanzar a un público masivo, ya que como afirma Castells, los medios no son solo un poder o el Cuarto Poder, “son mucho más importantes: son el espacio donde se crea el poder”. Así “los movimientos que desean llegar a un público más amplio tienen que recurrir a los medios de comunicación para hacerlo [...] y estos no son neutrales en lo que se refiere a los símbolos que reciben y transmiten” (Tarrow,

⁴⁰ HERRERA, M., “El problema de la hegemonía y las crisis”, en GARCÍA, J. (ed.), *Antonio Gramsci y la crisis de hegemonía*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2013, p. 138.

⁴¹ GRAMSCI, A., *Cuaderno de la cárcel 13, n°18*, México D.F., Era, 1984, pp. 40-47.

1997)”⁴².

Como se observa, las nuevas tecnologías de información cumplen un rol fundamental en la construcción de esta clase subalterna que constituye con sus acciones un contrapoder en las relaciones de poder que ejercen el Estado y, específicamente, los medios de comunicación. Son un agente antagónico que irrumpe en las relaciones sociales establecidas, como un sujeto político y como una audiencia más crítica al discurso y poder hegemónico. Esto permite romper con las estructuras que limitan el debate público, ejerciendo presión e influencia en las formas o modelos de gestión de sus contrarios.

Aún queda por profundizar en los estudios sobre el impacto de las tecnologías en la información ya que éste aún no está tan extendido como los medios tradicionales; no obstante, debe entenderse también su influencia desde una exposición de contenidos cada vez más simplista y poco verídica.

Aunque éste se construye como un espacio en el cual la insurrección o los subalternos pueden tener cabida, lo cierto es que aún los medios tradicionales siguen marcando la pauta de una retórica dominante, ya que ellos reproducen una parte de la realidad afectando los marcos de interpretación en la esfera pública.

1.4. SISTEMAS MEDIÁTICOS Y HEGEMONÍA

Bourdieu, cuando hace su análisis de la estructura del campo burocrático se refiere a la estatización del hombre con su ingreso en la escuela. Con ello, expresa

⁴² CANDÓN, J., “Ciudadanía en la Red: poder y contrapoder en los medios de comunicación”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2012, n° 18, pp. 682.



cómo el hombre ingresa en una esfera regulada, reglamentada y domada por los paradigmas que dominan el mundo social⁴³. La escuela como la entrada a un mundo establecido por marcos de referencia preestablecidos que reducen o limitan el cuestionamiento político ahondando en las estructuras de poder que polarizan la sociedad.

Por ello, para Bourdieu, “las auténticas revoluciones simbólicas son sin duda aquellas que, más que al conformismo moral, ofenden al conformismo lógico, desencadenando la despiadada represión que suscita semejante atentado contra la integridad mental”⁴⁴. En consecuencia, es la subversión a la injerencia del Estado y a la normalización la que pone un freno a la producción simbólica homogenizante.

La academia es un ejemplo claro de una acción del Estado por naturalizar e institucionalizar el capital simbólico y cultural de los hombres, conformando una estructura social marcada por la acumulación de este capital. De esta forma, el campo burocrático se conforma de una clase que ha accedido a buenas escuelas y que ha tenido un acceso a la academia, lo cual mejora sus condiciones y reproduce las formas de producción simbólicas establecidas.

Ejemplo de ello son los medios de comunicación, provenientes de familias que han contado con una acumulación de capital económico, cultural y social para invertir en un ámbito fundamental como lo es el campo simbólico, con influencia en el campo político. Una posición que les permite imponer una visión particular con sus valores asociados y la construcción de sentidos que neutralizan las luchas sociales, a fin de desmovilizar a los ciudadanos. Sin duda, esta estructura es fomentada por una filosofía propia del Estado que genera las condiciones para el desarrollo de las relaciones de fuerzas.

⁴³ BOURDIEU, P., *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama, 1997, p. 91.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 93.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

En los siguientes capítulos se observará cómo la estructura mediática en Ecuador y Venezuela se ve marcada por las políticas comunicacionales y por la evolución de las familias de poder en estos países hacia la conformación de empresas de comunicación.

“La elaboración del Estado va pareja con la elaboración del campo del poder entendido como el espacio de juego dentro del cual los poseedores de capital (de diferentes tipos) luchan particularmente por el poder sobre el Estado, es decir sobre el capital estatal que da poder sobre las diferentes especies de capital y sobre su reproducción (particularmente a través de la institución escolar)”⁴⁵.

El Estado afirma su fuerza al interior en relación a los contrapoderes ejercidos. En política los pesos y contrapesos se consideran a la separación de poderes en ejecutivo, legislativo y judicial, para evitar la concentración de poder. Sin embargo, existen otros organismos que devienen de la organización civil y que pueden hacer un contrapeso al poder hegemónico. Estos son: los movimientos sociales y los medios de comunicación que tendrán mayor o menor intrusión según la concentración de capital, sobre todo simbólico, para marcar su reconocimiento y legitimidad social.

“La división de poderes y toda la discusión producida por su realización y la dogmática jurídica nacida de su advenimiento, son el resultado de la lucha entre [la] sociedad civil y la sociedad política de un determinado período histórico, con un cierto equilibrio inestable de las clases, determinado por el hecho de que ciertas categorías de intelectuales (al servicio directo del Estado, especialmente burocracia civil y militar) están aún demasiado ligadas a las viejas clases dominantes”⁴⁶.

Los medios de comunicación, al hacer uso de herramientas clave como el lenguaje y la cultura hacen que su influencia sea dominante y favorezca la

⁴⁵ *Ibid.*, p. 100.

⁴⁶ GRAMSCI, A., *Cuaderno de la Cárcel* 6, n°81, México D.F., Era, 1984, p.66.



monopolización de los discursos en la esfera pública. Su capital simbólico acumulado es lo que dota constantemente de legitimidad a los mismos, permitiendo reconocerlos y conferir valor a su discurso; lo cual les permite pasar del capital simbólico difuso al reconocimiento colectivo. De esta forma, lo expuesto en los medios de comunicación se convierte en lo real, mientras que lo invisibilizado en ellos no existe.

“Las relaciones de fuerza más brutales son al mismo tiempo relaciones simbólicas y los actos de sumisión, de obediencia, son actos cognitivos que, en tanto que tales, ponen en marcha unas estructuras cognitivas, unas formas y unas categorías de percepción, unos principios de visión y de división: los agentes sociales construyen el mundo social a través de las estructuras cognitivas”⁴⁷.

Se reafirma a los medios de comunicación como determinantes en la producción y reproducción de sentidos, con lo cual en el campo del poder, estos ocupan una posición importante en la lucha por la hegemonía, por tanto pueden ser concebidos como actores políticos dentro del campo. Ya que estos pueden no solo decirle a la audiencia sobre qué pensar, sino incluso regular prácticas y acciones en pro de sus intereses. Para Bourdieu, la “sumisión al orden establecido es fruto del acuerdo entre las estructuras cognitivas que la historia colectiva (filogénesis) e individual (ontogénesis) ha inscrito en los cuerpos y en las estructuras objetivas del mundo al que se aplican”⁴⁸. Por tanto, al hacer uso los medios de comunicación de estas estructuras cognitivas, lo que hace es reforzar los marcos de referencia hacia una sumisión del orden establecido. El objetivo, es anular cualquier contrapeso.

Por ello, se considera a los sistemas de medios como productos específicos de una estructura social determinada, de procesos históricos y de luchas políticas y tradiciones periodísticas y culturales. De esta forma, los sistemas de medios de

⁴⁷ BOURDIEU, P., *Razones...*, p. 115.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 118.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

comunicación están íntimamente relacionados con las concepciones socialmente compartidas acerca del Estado y la sociedad. En consecuencia, los sistemas mediáticos no son homogéneos ya que cada uno presenta una forma compleja de desarrollo según la historia política, social, económica y comunicacional. Incluso podría ocurrir que no presentase un sistema homogéneo sino híbrido.

En este marco, para entender su participación en la carrera por la hegemonía sobre el discurso frente a actores políticos legítimos y actores sociales, es necesario adentrarse en el estudio de los sistemas mediáticos y su funcionamiento para los casos de estudio: Ecuador y Venezuela.

En la historia de los estudios sobre sistemas de medios, McQuail definió cuatro formas de ver el sistema de medios: a) una clasificación normativa de sistemas de medios como gobernados por el sistema político, b) integración de las industrias mediáticas y el mercado, c) desde Luhmann, examinar la diferenciación del sistema funcional en la sociedad y, d) tomar la visión empírica e histórica de los sistemas con un fuerte énfasis en conexiones diacrónicas y sincrónicas entre los medios y la política⁴⁹.

En la línea que propone McQuail, son varias las formas en cómo se podría establecer un modelo o varios modelos de sistemas mediáticos. No obstante, los estudios con aceptación académica alrededor del tema son pocos por el grado de exigencia al momento de establecer categorías de análisis. Sin embargo, uno de los modelos que hasta la fecha ha contribuido de forma significativa son los de Daniel C. Hallin y Paolo Mancini. Es por ello, que a lo largo de este trabajo se partirá del análisis del libro “Sistemas mediáticos comparados” de estos autores.

49 McQUAIL, D., *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, México, Paidós, 1992 (*passim*).



Hallin y Mancini estudian 18 países democráticos de Europa, incluyendo Canadá y Estados Unidos del continente americano. Se basan en el método *most similar system* con un número reducido de variables que establecen una relación comparativa entre los casos escogidos. Este trabajo será considerado como una guía de evaluación sobre los sistemas de medios para la comparación del modelo ecuatoriano y venezolano.

Cuatro variables principales definen este estudio: a) el desarrollo de los mercados de los medios de comunicación con especial atención sobre la fuerza o debilidad de la prensa de gran tirada, b) el grado de paralelismo político entre los medios de comunicación y los partidos políticos, observando la naturaleza de sus vínculos entre los medios y los partidos políticos⁵⁰ c) el desarrollo y nivel de profesionalismo de los periodistas y d) el grado y la naturaleza de la intervención estatal en el campo mediático⁵¹. Estas dimensiones de análisis permitieron el surgimiento de tres modelos correspondientes a una categorización por países, que son⁵²:

- El modelo pluralista polarizado de los países mediterráneos o del sur de Europa (Grecia, Portugal, Italia, España y Francia). Este se caracteriza por presentar una circulación de periódicos relativamente baja con un enfoque a la elite. Además se distingue por una estrecha relación con los partidos políticos (alto paralelismo político), lo cual determina una identificación ideológica de los medios de comunicación. En cuanto al periodismo: la profesionalización

⁵⁰ Para expresar esta categoría de análisis, Hallin y Mancini toman los trabajos de Seymour-Ure (1974); Blumler y Gurevitch (1995) que propusieron el concepto paralelismo partido-prensa para destacar la relación existente entre la estructura del sistema mediático con el sistema político (SEYMOUR-URE (1974) y; BLUMLER, GUREVITCH (1995) en HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas mediáticos comparados*, Barcelona, Hacer, 2008, p. 25.

⁵¹ HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas mediáticos comparados*, Barcelona, Hacer, 2008, p.19.

⁵² Anexo 1: Características de los tres modelos de sistemas de medios.

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

es baja, menor autonomía, con un sistema de radiodifusión débil pero con una fuerte intervención Estatal.

- El modelo democrático corporativo, correspondiente a los países del centro y norte de Europa (Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Holanda, Noruega, Suecia y Suiza). Esta categoría se caracteriza por una alta circulación de la prensa, y una estrecha relación de la estructura mediática con grupos sociales organizados como partidos políticos. Por otro lado, es un modelo que migra de un alto paralelismo político a una prensa comercial neutra. Mientras que en el periodismo se constata una profesionalización desarrollada con alto grado de autonomía, además de una organización establecida en sindicatos y asociaciones profesionales. Finalmente, el rol del Estado es fuerte pero con protección a la libertad de prensa.
- El modelo liberal de los países del Atlántico norte (Gran Bretaña, Irlanda, Estados Unidos y Canadá), tiene como fundamento un sistema mediático muy mercantilizado, con una intervención del Estado limitada, y una fuerte trayectoria de profesionalización y autonomía periodística. Este modelo difiere de los demás por presentar un paralelismo político casi nulo que deviene de una prensa comercial neutral.

Como observamos es un amplio estudio sobre los sistemas de medios, que considera la naturaleza del Estado desde su estructura política (paralelismo político). Una premisa que ya fue utilizada en 1956 por Siebert, Peterson y Schramm en la obra *Four Theories of the Press*. Sin embargo, críticas como la falta de datos empíricos, su visión etnocentrista sobre el sistema liberal, la ausencia de relación con el poder económico, un alto nivel de abstracción y generalización, entre otros; hicieron que otros autores redefinieran las variables de estudio. Es así que actualmente el trabajo de



Hallin y Mancini han dado seguimiento al tema con un nivel mayor de aceptación en los estudios mediáticos, a pesar de las réplicas recibidas⁵³.

En comparación con el estudio realizado solo existe uno que define de forma comparada el modelo mediático de los países latinoamericanos a excepción de dos trabajos que intentan hacer una aproximación superflua de lo que podría ser este. Los académicos Manuel Alejandro Guerrero y Mireya Márquez Ramírez en su libro titulado *Media Systems and Communication Policies in Latin America* constituye un primer acercamiento a la categorización de los medios de comunicación latinoamericanos, catalogándolos dentro de lo que han establecido como “modelo liberal capturado”. Su estudio contempla a los países: México, Guatemala, El Salvador, Colombia, Venezuela, Brasil, Argentina, Chile, Perú y Bolivia⁵⁴. Un trabajo que no contempla al Ecuador y que mantiene unas líneas interesantes, pero que no conciben de forma las particularidades históricas, estructurales y funcionales de los sistemas mediáticos analizados. En consecuencia, el presente trabajo se decanta por seguir las variables de estudio del libro de Hallin y Mancini; esto a pesar de que los tres modelos establecidos para los países europeos no han sido vistos a profundidad en el modelo latinoamericano.

⁵³ Otro de los estudios identificados en este trabajo sobre los modelos mediáticos es el de Claude-Jean Bertrand que define modelos de sistemas informativos del mundo. En su investigación establece tres grandes grupos para el análisis que son: a) Clasificación según régimen político, en la que propone cinco modelos que serían: Medios de comunicación en regímenes autoritarios, medios de comunicación comunistas, medios del tercer mundo, medios de comunicación paternalistas y medios en régimen liberal. b) Clasificación de la prensa escrita en base a sus géneros de publicación que serían ocho: el modelo estadounidense, el modelo británico - centralizado, el modelo alemán – tricéfalo, el modelo francés – feudal, el modelo multicultural austriaco – suizo – hindú, y las revistas. c) Finalmente, está la clasificación por modelos electrónicos que tratan sobre la propiedad y control de los medios como también de la estructura y funcionamiento (BERTRAND, C-J., “Grandes modelos de sistemas informativos del mundo”, en *Revista Situación*, 1995, n°4, pp. 9-25).

⁵⁴ GUERRERO, M., RAMÍREZ, M., “El modelo liberal capturado de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina”, en *Temas de Comunicación*, 2014, n° 29, p. 142.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

“A grandes rasgos, los medios latinoamericanos pueden considerarse una tipología híbrida que presenta coincidencias tanto con el modelo pluralista polarizado, característico del sur de Europa, especialmente de la Europa latina, como con el liberal, que prevalece en América del Norte, Gran Bretaña e Irlanda”⁵⁵.

Si bien, Ecuador y Venezuela como países latinoamericanos entrarían dentro de este modelo híbrido que destacan los autores, es importante realizar un análisis a profundidad que permita descifrar si efectivamente, estos responden a la lógica plateada, ya que al parecer de estos académicos, no existiría un modelo en el que encajen estrictamente.

A decir de los autores, el modelo latinoamericano estaría atravesado por una fuerte influencia española (país que encaja en el modelo pluralista polarizado) y una estadounidense (perteneciente al modelo liberal). Para ellos, existe un desarrollo de los sistemas mediáticos con orígenes ibéricos. Entre las razones destacadas están: ⁵⁶

- Una prensa controlada por los gobiernos coloniales que después servirá de instrumento ideológico a las diferentes facciones políticas que en su transición hacia las instituciones liberales generó una politización de los medios.
- Una prensa orientada hacia la élite letrada, tras una tradición cultural contra-reformista que desincentivó la alfabetización que se ve profundizada por la discriminación racial.

Mientras que sobre la influencia del modelo liberal, principalmente de Estados Unidos destacan una proyección del modelo periodístico para mediados del siglo XX, con una gran presencia de las tradiciones liberales que se plasmaron en la creación de la Sociedad Interamericana de Prensa (sede en Miami) en 1943.

⁵⁵ HALLIN, D., MANCINI, P., “Un estudio comparado de los medios en América Latina”, en *Tendencias*, 2007, n° 7, pp. 91-93.

⁵⁶ *Ibid.*, p. 92.



Tradiciones como la objetividad, la imparcialidad son parte de la escuela norteamericana, al igual que un modelo de radiotelevisión pública independiente. No obstante, en América Latina prevalece la radiodifusión como un proyecto comercial, al igual que el modelo liberal para las empresas privadas⁵⁷.

Al destacar el modelo híbrido para América latina, los autores Hallin y Mancini también hacen una proyección de lo que sería el sistema mediático de estos países, asegurando que existe una “inclinación hacia el neoliberalismo” con una presencia menor del Estado en el ámbito mediático, permitiendo que estos se estructuren como grandes conglomerados empresariales. Mientras que desde la perspectiva política señalan el abandono de regímenes totalitarios y su paso a la democracia.

“En este contexto, los medios se han hecho cada vez más asertivos y contestatarios en relación con las élites políticas, una tendencia que queda de manifiesto con la gran profusión de escándalos políticos a lo largo y ancho del continente. Se han distanciado de los compromisos clientelares y de sus ataduras con las facciones políticas”⁵⁸.

En esa medida en que las fuerzas del mercado actúan sobre el sistema mediático, destacan el caso Venezolano con una profesionalización periodística “hipermercantilista” que ha acentuado la polarización política y por tanto la censura.

No obstante, como se había mencionado antes, son escasos los trabajos que buscan una aproximación al modelo latinoamericano. El primero, ya ha sido expuesto, mientras que el segundo involucra al autor Martín Becerra (2011) que ha intentado establecer las características generales de un modelo de sistema de medios para los países del Cono Sur. En ese afán, Becerra lo ha definido así:

⁵⁷ *Ibid.*, p. 93.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 93.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

“El sector de los medios de comunicación de América Latina acompaña la tendencia planetaria de convergencia tecnológica con singularidades propias de la estructuración de un sistema que ha sido calificado por distintos autores como un “modelo propio” (Hallin/Mancini, 2008) y como un “modelo comercial políticamente dócil” (Fox/Waisbord, 2002)”⁵⁹.

El autor propone reflexionar sobre la estructura del sistema de medios latinoamericano en el marco de una crisis de la concepción de los medios como mediadores del espacio público masivo. Para él la región presenta características particulares frente a los países del occidente europeo y Estados Unidos, que están relacionadas con la convergencia digital de la última década y los niveles de concentración por lo grandes conglomerados comunicacionales. Las transformaciones sufridas se deberían a cinco dimensiones:⁶⁰

- Regulatoria: cambios y continuidades de leyes y normas, en tanto que indicadores de políticas.
- Estructural: cómo se estructura el mercado de medios en la región, y el rol del subsistema de medios públicos en él.
- Influencia e interpelación: en dos sentidos, por un lado, la influencia y la interpelación mediadora de los medios en la sociedad y por el otro, la influencia política del gobierno en la orientación de los medios.
- Tecnológica: convergencia tecnológica y surgimiento de nuevos medios y plataformas convergentes, y su impacto en los medios tradicionales
- Destinatarios: cambios de modos de consumo audiovisual por parte de las audiencias, cambios en la exposición de la sociedad a diferentes opciones y plataformas de comunicación masiva.

⁵⁹ BECERRA, M., “La inmaculada concepción de los medios latinoamericanos en crisis”, en *Revista Herramienta*, 2011, n° 47, versión digital, <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/la-inmaculada-concepcion-de-los-medios-latinoamericanos-en-crisis> (consultado el 02-01-2012).

⁶⁰ *Ibid.*



Al observar estas variables y compararlas con las establecidas por Hallin y Mancini podemos encontrar similitudes. Lo que para Bécerra es regulación de leyes, para Hallin y Mancini es intervención Estatal, de igual forma estructura del mercado vs. desarrollo de los medios de masas, influencia e interpelación vs. paralelismo político e intervención estatal; respectivamente. No obstante, la convergencia al igual que el consumo audiovisual de audiencias planteados por Bécerra serían una nueva variación al modelo de Hallin y Mancini, al igual que características singulares del ‘modelo latinoamericano’ que lo distinguirán dentro de las otras categorías coincidentes.

Una de las claves para entender este sistema mediático latinoamericano es no olvidar que a diferencia del modelo partidista de los países mediterráneos, este se caracteriza por operar con una lógica ‘hipercomercial’ que de acuerdo a Bécerra se articula a la oposición para alterar el *statu quo* en función del interés corporativo. Es así que para él, la aclamada neutralidad en los países latinoamericanos se resume en una simulación estratégica por construir una agenda propia. No obstante, asegura que esta ruptura en el paradigma norteamericano, y que aún se difunde en las escuelas de comunicación, no solo pertenece a los liderazgos de gobiernos populistas progresistas sino también a los populismos de derecha en la región. Una muestra de lo que él llama un ‘caciquismo político’ acompañado de otros arquetipos en su estructura mediática como: una escasa regulación estatal y una débil presencia de medios públicos.

Es esta escasa regulación la que ha llevado al sistema mediático a contemplar irregularidades en la distribución de frecuencias, con favoritismos políticos y con un predominio de la prensa, radio y televisión privada. Empresas que a diferencia de los modelos actuales de sistemas mediáticos fuera de la región se rigen por estructuras



familiares. Sin embargo, esto no quiere decir que no existan grandes conglomerados mediáticos que se hayan extendido en Latinoamérica, puesto que claramente encontraríamos casos particulares, principalmente en los países de Brasil (TV Globo) y Venezuela (Grupo Cisneros), donde la lógica comercial-financiera tuvo mayores frutos. No obstante, en países más pequeños como el Ecuador, estas estructuras familiares han permanecido, resultando en cambios generacionales y pequeñas alianzas con otros grupos mediáticos de poco alcance, pero que concentran la propiedad mediática del país⁶¹. Empero, es importante destacar que si bien no han llegado empresas de radio, televisión o prensa del tamaño de PRISA, como lo ha hecho en Argentina, sí existe una penetración de Telefónica en casi toda la región, gracias a un proceso de convergencia tecnológica durante los años 80, incluyendo el Ecuador.

Becerra destaca que el índice de concentración en América Latina es del 82%, dejando poco margen a la verdadera competencia.⁶² Es esto lo que ha propiciado que los grupos mediáticos tengan gran injerencia política. Becerra los llama ‘patrimonialismo’, una categoría que define a los grupos de poder político como administradores tanto de los bienes públicos como privados. Calificación que denota una gran presencia sobre cualquier actor político que quisiese incursionar en el mercado. Este es el caso de los medios públicos. Tras las grandes empresas privadas existe una fuerte presión para que la maquinaria comunicacional del sector público no se consolide. En vista de este campo de tensiones por el interés privado y no público es que Becerra atribuye un proceso de desintermediación después de la ola democrática de los ochenta.

⁶¹ Sinclair concluye que la base del modo de propiedad y control de la televisión en América Latina se encuentra en sus estructuras familiares con sólidas figuras patriarcales. SINCLAIR, 1999, p. 77, citado en BECERRA, M., “La inmaculada concepción de los medios latinoamericanos en crisis”, en *Revista Herramienta*, 2011, n° 47, versión digital, <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/la-inmaculada-concepcion-de-los-medios-latinoamericanos-en-crisis> (consultado el 02-01-2012).

⁶² BECERRA, M., *Op. cit. (passim)*.



Pero el proceso de desintermediación también ha abierto nuevas posibilidades de espacios de expresión directa que a través de la web se han desvinculado del tradicional discurso de los medios convencionales. Lo preocupante en ello, destaca Becerra, es el carácter cuasi-monopólico de las empresas tecnológicas (Microsoft, Telmex o Telefónica), y es que para el académico estas relaciones evidencian una vez más el nivel de concentración info-comunicacional en el sistema de medios latinoamericano.

Es en este panorama, que los medios de comunicación públicos han emergido en los últimos años con la presencia de figuras populistas. Esto no es coincidencia, ya que ajustados al marketing político y las necesidades de comunicación política, estos liderazgos han visto el potencial de los medios de masas para construir oposición. En consecuencia, estos medios que debieron estar originalmente al servicio del pueblo, hoy son línea directa de los gobiernos para combatir y competir con los medios privados. Es entonces, cuando la tensión entre estos dos ha aumentado. Argentina, Venezuela, Uruguay, Bolivia, Brasil y Ecuador son ejemplos claros de esta disputa donde la regulación de las malas prácticas, los atropellos que dejaron los vacíos legales y sus actuales reformas normativas en materia de comunicación afloran en una fuerte lucha de control y poder.

Cada una de las características señaladas sin duda son variables que han modificado el curso del sistema de medios latinoamericano, y por tanto ecuatoriano y venezolano: sin embargo, como mencionábamos con anterioridad, cada país tiene características singulares que lo acercan y lo diferencian de un modelo único latinoamericano. Es por ello que, para dar paso al estudio mediático comparado de Ecuador y Venezuela se desarrollará un análisis en profundidad de las cuatro variables empleadas en la categorización de los tres modelos de Hallin y Mancini a



fin de establecer por primera vez un modelo de sistema mediático para los países del presente estudio.

Se debe considerar que la reproducción simbólica del mundo de la vida está determinada por la acción comunicativa regida por medios como: el lenguaje, el dinero, etc., que son permeables a otros sistemas que fortalecen la reproducción de la cultura⁶³. Empero, no se debe considerar sistema en el sentido funcionalista del mismo hacia una tendente manipulación que anula al sujeto. Por ello, Habermas señala que “se debe tomar en cuenta el cambio estructural de la esfera de la opinión pública burguesa” y el “dualismo de los medios”⁶⁴.

“Distinguí dos clases de medios capaces de exonerar al arriesgado y costoso mecanismo de coordinación que representa el entendimiento. Por un lado, los *medios de control sistémico*, a través de los cuales los subsistemas se diferencian del mundo de la vida, y, por otro lado, las formas generalizadas de comunicación, que no sustituyen al entendimiento lingüístico, sino que simplemente lo condensan y que, por lo mismo, permanecen ligadas a los contextos del mundo de la vida. Mientras que los medios de control desligan la coordinación de la acción de la formación lingüística de un consenso y la neutralizan frente a la alternativa de acuerdo o falta de entendimiento, en el otro caso se trata de una especialización de los procesos lingüísticos de formación de consenso, que sigue dependiendo de la posibilidad de echar mano de los recursos del trasfondo que para la acción comunicativa representa el mundo de la vida. Los *medios de comunicación de masas* pertenecen a estas formas generalizadas de comunicación. Liberan a los procesos de comunicación de la provincialidad que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo y hacen surgir espacios de opinión pública implantando la simultaneidad abstracta de una red virtualmente siempre presente de contenidos de comunicación muy alejados en el tiempo y en el espacio y poniendo los mensajes a disposición de contextos multiplicados”⁶⁵.

⁶³ HABERMAS, J., *Teoría de la acción comunicativa II, Crítica de la razón funcionalista*, Madrid, Taurus Humanidades, 1987, p. 529.

⁶⁴ *Ibid.*, p. 552.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 552.



Para Habermas, “estos *espacios públicos creados por los medios jerarquizan* el horizonte de comunicaciones posibles a la vez *que le quitan sus barreras*”. Es decir que cuenta con doble potencial: “canalizar unilateralmente los flujos de comunicación en una red centralizada, del centro a la periferia y de arriba abajo”; lo cual les permite mantener el control social. Pero, además, destaca que, estas estructuras de comunicación llevan inserto “el contrapeso de un *potencial emancipatorio*”⁶⁶. Esto evidencia la construcción de un sujeto capaz de responder más allá de la simplificada concepción de la persuasión y manipulación maniquea de los medios de comunicación de masas. Un sujeto que se resiste a la tendencia por la colonización del mundo de la vida.

Es su existencia la que contribuye a mantener un sistema hegemónico y la disposición de las clases dirigentes y subalternas en la “guerra de posiciones” dentro del campo político. Es esta dinámica la que despierta a las audiencias dentro de un juego que se rige por negociaciones tácitas entre el grupo dominantes de la sociedad civil y la sociedad política o Estado. “Consenso que nace “históricamente” del prestigio (y por lo tanto de la confianza) derivado por el grupo dominante de su posición y de su función en el mundo de la producción”⁶⁷. En esta pugna por el poder hegemónico, los partidos políticos se construyen a partir de grupos sociales intelectuales que contemplan mantener las condiciones de la sociedad política desarrollando acciones en función de sus intereses para lo cual influenciará en la opinión pública por la conquista del poder discursivo. Otro actor en el campo de la política en su lucha por la hegemonía. No obstante, su participación como se verá más adelante se ha visto mermada por una falta de credibilidad y legitimidad, que lo pone en una posición desfavorable dentro del campo.

⁶⁶ *Ibid.*, p. 552.

⁶⁷ GRAMSCI, A., *Cuaderno de la cárcel 12, n°1*, México D.F., Era, 1984, p. 353.



1.5. CONCLUSIONES

- Dentro del campo político la posición de los actores que pugnan por el poder están determinados por el capital simbólico, político y económico acumulado. En este caso, los medios de comunicación y los representantes políticos de la sociedad que buscan acentuar su influencia en la esfera pública.
- El poder hegemónico ejercido por los representantes políticos de elección popular y los organismos legitimados por los ciudadanos como los medios de comunicación se encuentran inmersos en una guerra de posiciones dentro del campo político en una lucha por establecer el discurso dominante y transformar las relaciones de poder en función de sus intereses particulares.
- Puede concebirse también a los medios de comunicación como un organismo de contrapoder a los representantes del gobierno y a su vez a las audiencias. Esto bajo su concepción como intermediarios y facilitadores de la información que pretende establecer una agenda de temas en la opinión pública, moldeando los marcos de referencia.
- Los medios de comunicación al generar su discurso deben considerar la cultura y los intereses de los ciudadanos, de tal forma que; estos tengan una acogida. En consecuencia, los ciudadanos o lo que llama Gramsci “la cultura subalterna” juega un papel contra hegemónico en las relaciones de poder. Además, evidencia una codependencia del papel: gobernantes-gobernados y dominantes-dominados.
- Los medios de comunicación se encuentran en una esfera privilegiada en la cual su capital económico y político puede tener una gran repercusión en la esfera simbólica que es la de la cultura. Su capacidad para capitalizar las demandas de los ciudadanos lo ha convertido en una autoridad legítima para comunicar, por eso se lo cataloga el cuarto poder. En un mundo mediatizado y

caracterizado por un vacío simbólico de representación, los medios han sabido capitalizar la voz de los ciudadanos. No obstante, al ser la comunicación de doble vía, el contrapoder se ejerce también en la capacidad de un actor o un colectivo a resistirse al discurso hegemónico y desafiar las relaciones de poder.

- Los actores dentro del campo de poder buscan naturalizar sus prácticas y su discurso bajo la manipulación de la palabra y la imagen en un contexto de hiperrealismo de los sucesos y el marketing político hacia un control absoluto de la producción informativa. La monopolización del discurso es parte de esta batalla por la hegemonía.
- Los sistemas mediáticos son un engranaje de campos de poder y un acumulado de capital político, económico y simbólico. Por tanto, estos se definen conforme a su historia político-social. Catalogar un sistema mediático requiere de un estudio con variables definidas como el establecido por Hallin y Mancini, aunque su investigación no considera un modelo latinoamericano. No obstante, la categorización de un modelo liberal capturado que plantea un sistema mediático que podría aplicarse a los casos de estudio no cuentan con una metodología de análisis que parta de variables. El trabajo de los académicos Guerrero y Ramírez si bien permite un acercamiento a las políticas de regulación y el clientelismo mediático no entiende el sistema mediático de Ecuador y Venezuela en el momento político actual.
- Específicamente para el caso ecuatoriano no existe estudio alguno que considere su sistema mediático y lo analice en función de categorías. Mientras que para el caso venezolano vagamente se ha hablado de él, pero aún de forma superflua y vana. Aun cuando los estudios consideran a todos los países latinoamericanos en el mismo grupo las particularidades estructurales de cada país enriquecen su modelo.



2. CRISIS DE PARTIDOS Y MEDIOCRACIA

Los medios de comunicación, tanto tradicionales como los digitales tienden a convertirse en espacios de debate y de acción política. Ejemplo, la radio, la televisión y la prensa han sido impulsados por sus dueños como palestras políticas para influenciar en el campo político, mientras que los medios digitales como los blog, los periódicos online, y herramientas como las redes sociales; se constituyen como campos de acción política, de índole más popular. Es por ello, que la comunicación política ha tenido que reevaluar sus capacidades y enfocarlas hacia un nuevo segmento, explorando así nuevos espacios. No obstante, esto a su vez refleja un cambio en el campo político, puesto que los principios de la democracia representativa se han transformado en los de una democracia más participativa y por su cualidad propia de fomentar la movilización ciudadana en los asuntos políticos, nos vemos inmiscuidos también en una democracia clientelar, con una desconexión entre lo que se dice y lo que el ciudadano quiere escuchar. Ésto responde a una descentralización de la información hacia las redes sociales que sirven como herramientas de comunicación, mas no como medios de comunicación masiva.

En esa línea es que durante el presente capítulo, el trabajo estará orientado a observar cómo los medios de comunicación han tomado un rol mayor en el ámbito político. Y cómo este se ha generado gracias a múltiples factores que devienen no solo de la comunicación sino también de la política, dentro de esa correlación paralela. En consecuencia, veremos cómo el fraccionamiento político, la crisis de representación política, la baja institucionalidad de los partidos, la crisis del discurso dominante, el surgimiento de gobiernos populistas y las nuevas estrategias de



comunicación política han conformado un panorama en el que se tiene a una audiencia y a un electorado volátil, bombardeado por la propaganda mediática estatal y partidista.

Es este escenario, el que hace que los sistemas mediáticos latinoamericanos tengan otra figura en comparación a los europeos, más allá de las diferencias presentadas en el capítulo uno y que los gobiernos de turno destinen sus esfuerzos a la campaña permanente para conservar el apoyo de sus votantes y asegurar una estabilidad en la gobernabilidad de sus periodos. No obstante, esta campaña permanente ha sido confundida con estrategias de marketing político que olvidan la reflexión profunda de la realidad nacional, lo cual ha volcado a los ciudadanos a una búsqueda constante por la escucha de sus demandas, haciendo uso de las redes y la tecnología.

Es así, como la crisis de representación busca nuevos espacios de poder que puedan posicionar en la esfera pública lo que el ciudadano quiere oír.

2.1. CRISIS DE REPRESENTACIÓN POLÍTICA

Para entender cómo la poca capacidad decisional del Estado y la fragmentación partidista han afectado el sistema político y por ende sus nexos con el sistema mediático, es importante comprender que tanto el Ecuador como Venezuela se rigen por gobiernos electos bajo los preceptos de la democracia representativa. Esto muestra el grado de responsabilidad y compromiso de quienes van a tomar directamente las decisiones políticas. Bernard Manin asegura que el mandato imperativo y la revocabilidad de los representantes; son dos prácticas que impiden



una independencia total de las personas electas por los ciudadanos⁶⁸. No obstante, en la actualidad son una utopía y tienen una incidencia poco aplicable.

Y aunque consideráramos la alternancia en el poder como una premisa democrática, hoy la permanencia de políticos en sus cargos y la reincidencia de sus nombres en las listas electorales para diferentes dignidades nos permite entender que esta no es garantía de un amplio acceso a los escaños de representación política, pues aunque abre la posibilidad, no la garantiza⁶⁹. Es así que los procesos populistas de Hugo Chávez en Venezuela y Rafael Correa en Ecuador han marcado un cambio histórico en la política de estos países. Y ejemplo de ello es que con la celebración de procesos electorales no necesariamente se desemboca en la alternabilidad del poder.

En el caso venezolano, Hugo Chávez fue electo en 1998 y, reelecto en 2000, 2007 y 2012. No obstante, en marzo de 2013, tras su muerte, después de una larga batalla contra el cáncer, su vicepresidente Nicolás Maduro toma control de la Presidencia. Después de 14 años con Chávez, Venezuela se ve gobernada por el sucesor de la revolución chavista, quien también ha liderado un gobierno populista con la búsqueda de su permanencia en el cargo.

En Ecuador, Rafael Correa fue electo Presidente en 2006, y es bajo su mandato que en 2014 se planteó reformar la Constitución en su artículo 114 para asegurar la reelección. Situación que se vivió en Venezuela durante el 2009, cuando a través del llamado Referéndum Aprobatorio de la Enmienda Constitucional, se reformó la Constitución con el fin de permitir la postulación de cualquier cargo de elección popular de manera continua. Su aprobación popular fue de 54,86%, mientras que él no fue de 45,13%.

⁶⁸ MANIN, B., *Los principios del gobierno representativo*, Barcelona, Alianza Editorial, 2010, p. 201.



Lo expuesto ha desatado durante los últimos años un fuerte debate internacional por definir a estos dos países como democráticos o dictaduras. No obstante, estos se han hecho eco del uso del discurso de representación política como principio fundamental en el legítimo derecho de toma de decisiones bajo el consentimiento obtenido por el pueblo en un acto de delegación de poder. Sin embargo, es este consentimiento y la confianza expresada por el pueblo a sus representantes políticos la que ha variado con los años. Tras el retorno a la democracia en Ecuador (1979) y Venezuela (1958) el grado de credibilidad en el sistema de partidos era mayor, con los años este ha disminuido como consecuencia de una serie de factores que desembocan en una crisis de representación política que a su vez deviene de una crisis del sistema de partidos.

Académicos como Mainwaring y Scully (1997:4)⁷⁰, Julio Echeverría (2006)⁷¹, Catherine Conaghan (1995:450)⁷², y Andrés Mejía (2003)⁷³; destacan las características institucionales del sistema de partidos que han causado la crisis de representación política en los países andinos. Entre ellas mencionan:

- El alto grado de personalismo de los líderes políticos.
- Debilidad de las instituciones democráticas⁷⁴.

⁷⁰ MAINWARING, S., SCULLY, T., *Sistemas de Partidos en América Latina*, Santiago de Chile, Cieplan, 1997 (*passim*).

⁷¹ ECHEVERRÍA, J., *El desafío constitucional*, Quito, Ediciones Abya-Yala, 2006 (*passim*).

⁷² CONAGHAN, C., "Politicians Against Parties, Discord and Disconnection in Ecuador's Party System", en MAINWARING, S., SCULLY, T. (eds.), *Building Democratic Institutions. Party Systems in Latin America*, California, Stanford University Press, 1995, pp. 434-458.

⁷³ MEJÍA, A., "Partidos políticos: el eslabón perdido de la representación", en BURBANO, F. (comp.), *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Quito, Flacso, 2003, pp. 287-326.

⁷⁴ Dado que los partidos políticos del Ecuador no provienen en cuanto a su formación o constitución de una extensión de los movimientos sociales como en otros países, el Ecuador afronta partidos políticos que han sido incapaces de atraer u organizar a los diferentes sectores sociales. (MAINWARING, S., SCULLY, T., *Op. Cit.* (*passim*)).

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- Baja organización e ideología de los partidarios. Esto ha provocado fracturas al interior de los mismos, propiciando el nacimiento de nuevos partidos o movimientos políticos⁷⁵.
- Ausencia de lealtades a los partidos – ‘políticos flotantes y electores flotantes’⁷⁶.
- Estrecha relación entre las elites y los partidarios.
- La ausencia de un proyecto unificado de país.
- La profunda desigualdad económico- social.

Otra característica que debe ser considerada en esta crisis de representación política en los sistemas políticos contemporáneos es el sentimiento anti-partidos que según Pablo Oñate “nacen de actitudes culturales relacionadas a la socialización y la cultura política”⁷⁷. Para él, los nuevos valores del sistema democrático inciden en la manera en cómo se perciben las relaciones de patronazgo o de representación partidista. Oñate nos habla de un “antipartidismo cultural” que es resultado de un proceso de transición política de los partidos, principalmente de una transformación, mas no de una crisis de partidos. Los fundamentos de esta teoría estarían en un cambio en la calidad de vida de los ciudadanos: una comunidad más sofisticada, más crítica, con mayor capacidad cognitiva y con nuevas necesidades e intereses que apelan al bienestar universal, a la defensa de los principios⁷⁸.

Sin embargo, este planteamiento funciona bien para la sociedad europea o países del primer mundo que gozan de estructuras políticas que protegen el estado de

⁷⁵ Un caso particular en el escenario ecuatoriano es el nacimiento del Movimiento Madera de Guerrero proveniente del partido Social Cristiano que ha tenido varios años de existencia política en el país.

⁷⁶ Denominados así por Catherine Conaghan quien sugiere que la falta de lealtades políticas es la razón por la cual en la actualidad existen mayor cantidad de candidatos independientes que prefieren alejarse del sesgo político que encarna cada partido (CONAGHAN, C., *Op. cit.*, pp. 434-458).

⁷⁷ OÑATE, P., “Participación política, partidos y nuevos movimientos sociales”, en *Ciencias Políticas y Sociales*, 2006, n° 194, pp.103-136.

⁷⁸ *Ibid.*, pp.111-113.



bienestar y regulan el sistema de partidos de forma que estas sean fuertes institucionalmente, lo cual se refleja en un voto ideológico dominante. Mientras que en los países latinos, y refiriéndonos concretamente al caso ecuatoriano y venezolano, la desigualdad económica, el nivel de pobreza, el analfabetismo y una crisis institucional del sistema de partidos da como resultado una población con otras necesidades, principalmente particulares, con un vaciado de ideología y un público político débil, inestable. También es cierto que son parte de las nuevas sociedades que señala Oñate en cuanto a la presentación de identidades fragmentadas, más diversificada; pero es precisamente ello lo que ha dado pie al surgimiento de caudillos populistas y nuevos movimientos sociales o nuevas alianzas políticas con figuras políticas frescas en su afán de renovar una imagen desgastada. Oñate tiene una gran aportación en esta rama al decir que la actitud política es un factor importante a considerar en este declive de los partidos. Empero, no se puede descartar la existente crisis de partidos en América Latina, porque efectivamente esta muestra una decadencia de los partidos tradicionales. Es así que se ha evidenciado transformación o transición de los partidos hacia un nuevo modelo que exalta más los valores de un movimiento político, (asambleario, entre lo público-privado) que los propios de un partido tradicional institucionalizado. Ejemplo de ello es Movimiento PAIS del Presidente Rafael Correa en Ecuador y el Movimiento V República y el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) de Hugo Chávez, que irrumpen en la escena política tras el descontento popular por un sistema deslegitimado multipartidista y bipartidista, respectivamente.



2.2. NACIMIENTO DE UNA NUEVA CLASE POLÍTICA

En los estudios de Oñate se lee entrelíneas a Bernard Manin, quien como se mencionó inicialmente, sienta las bases de la democracia representativa. Para Manin, lo que hoy se percibe no es una crisis de los principios del sistema representativo sino un cambio en las élites seleccionadas. Por tanto, lo que Oñate llama el ciudadano sofisticado, es lo que Manin denomina el nuevo votante, y en ambos casos son reflejo de una nueva élite de representación política, es decir; “una nueva élite de expertos en comunicación que ha reemplazado al activista político y al burócrata del partido. La democracia de audiencias es el gobierno de los expertos en medios”.⁷⁹ Sin embargo, Manin destaca que las actuales élites políticas y mediáticas que ocuparon el lugar de los notables no ha reducido la brecha entre la élite gobernante y sus gobernados, sino que, posiblemente ha agravado esta brecha. Esto ha desplazado cualquier noción que tratara una posible identidad entre gobernantes y gobernados.⁸⁰ No obstante, como se ha planteado con Oñate, este tipo de razonamiento es aplicable a democracias más consolidadas, mas no a los países que presentaron procesos democráticos tardíos como el caso ecuatoriano, que vivió el vacío de representación política y que se evidencia con un quiebre institucional de los partidos y fuerte rechazo partidista. Quizá en otras sociedades sí se pudo hablar de una transformación del sistema de partidos (Oñate), o de una impresión de una crisis de representación (Manin), pero lo cierto es que Ecuador vivió esta crisis con un bajo grado de institucionalidad política y el descredito de los partidos que llevaron a la configuración de una clase política, con partidos emergentes más sofisticados, y enlazados a las nuevas necesidades políticas de los ecuatorianos.

⁷⁹ MANIN, B., *Op. cit.*, p. 269.

⁸⁰ *Ibid.*, p. 285.



No obstante, en Venezuela la entrada en el proceso democrático fue temprana en relación a la ecuatoriana, con la entrada en un sistema de partidos bipartidista dominado por dos partidos dominantes: Acción Democrática y COPEI. Este escenario respondía a un acuerdo mantenido por estos partidos conocido como ‘Punto Fijo’. Este tratado se mantuvo hasta las elecciones presidenciales de 1998 cuando los partidos de la vida política nacional, que se mantuvieron fuertes desde 1958 se agruparon como aliados opositores a Hugo Chávez. Esto marca una diferencia importante en cuanto a la configuración del sistema de partidos en relación al Ecuador, pero no se distancia de las nociones de crisis de representación política que darán paso a la formación de los gobiernos populistas liderados por un *outsider* en la política nacional de estos países.

En ambos países se destaca la estrecha relación entre el bajo grado de institucionalización política y la fragmentación del sistema de partidos con grandes incidencias en materia electoral. Es por ello que se percibe al votante como un individuo políticamente disperso, que contribuye al creciente multipartidismo en el Ecuador y que pone fin al tratado de punto fijo en Venezuela.

2.3. DECADENCIA DEL SISTEMA DE REPRESENTACIÓN POLÍTICA

2.3.1. Caso ecuatoriano

Desde 1979, año en que se dio el retorno a la democracia, el Ecuador ha pasado por momentos de escasa estabilidad institucional hasta el gobierno de Sixto Durán Ballén en 1996, atravesando por una crisis de gobernabilidad que se destaca



por un desequilibrio político ocasionado por las decisiones del Parlamento Nacional con la aprobación del Ejecutivo hasta el periodo actual. En los años 90 los gobiernos “se caracterizan por el intento de revertir las condiciones de la crisis política a través de la reforma institucional, una línea que se impulsa en el contexto de la sistemática confrontación entre los sistemas de representación y de gobierno”⁸¹. En este afán de cambios, el debate se orienta sólo a soluciones de corto plazo donde los partidos, movimientos políticos y el ejecutivo solo trazan medidas defensivas y de sobrevivencia momentáneas. Con el colapso del modelo desarrollista, el país dio un giro hacia los programas de reforma estructural o neoliberales, con la finalidad de reforzar las instituciones democráticas, pero esto no sucedió. De hecho, la reforma neoliberal coexistió con el liderazgo populista⁸².

Este último ha estado presente en varios Gobiernos del Ecuador, que se han visto marcados en escenarios de crisis institucional y del ejercicio de enmiendas socioeconómicas y políticas excluyentes, que permitirán el resurgimiento de líderes populistas que pretenden movilizar a los grupos sociales con un discurso *antiestablishment*⁸³. De esta forma, esta categoría de gobierno se convirtió en la solución a la crisis de representación política y al descontento popular.

Para evaluar la crisis del sistema de partidos tenemos el trabajo de Mainwaring y Scully, quienes aseguran que un buen sistema de partidos institucionalizado se basa en el tiempo de existencia de los mismos. Por lo que, si el tiempo es alto, implicaría que han gozado de gran aceptación ciudadana. Siguiendo esa línea, al observar el caso ecuatoriano en la década de los 50, se encuentran cuatro partidos que lograron mantenerse durante algunos años: Conservador, Liberal,

⁸¹ ECHEVERRÍA, J., *El desafío constitucional*, Quito, Abya-Yala, 2006, p.10.

⁸² ROBERTS, K., "El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina", MACKINNON, M., PETRONE, M. (comps.), *Populismo y neopopulismo en América Latina; el problema de la Cenicienta*, Buenos Aires, Universitaria, 1999, pp. 375-408.

⁸³ *Ibid.*, p.375-408.



Socialista y Concentración de Fuerzas Populares. Entre los más contemporáneos se puede citar al partido Social Cristiano, Roldosista y Unidad Republicana con una longevidad de 19 años.⁸⁴ Aunque, “ciertamente la participación de caudillos populistas (las 5 Presidencias de Velasco Ibarra y los gobiernos de Guevara Moreno y Assad Bucaram) restó votos de los partidos más orgánicos”⁸⁵.

Antes del retorno a la democracia en 1979, el Ecuador había pasado por un largo periodo de inestabilidad política, es así que vivió 5 presidencias del caudillo José María Velasco Ibarra, considerado uno de los líderes populistas de la historia ecuatoriana por su oratoria y su habilidad para movilizar a las masas. Por ello, su frase más conocida “...dadme un balcón... y seré Presidente”. Luego de ello, el país se sumergió en la dictadura (1972-1976) bajo el mando del General Guillermo Rodríguez Lara quien dio instrucciones muy precisas para controlar la acción de la prensa y el disenso no era admitido. Incluso gracias a la presión internacional el Ecuador pudo retomar el sistema constitucional con las elecciones de 1978 que dio el triunfo a Jaime Roldós Aguilera. Desde entonces, el Ecuador ha aprobado tres Constituciones (1978, 1998 y 2008), ha tenido 14 presidentes constitucionales en un escenario de elevada inestabilidad política, situación que cambia en 2006 cuando es elegido Presidente Rafael Correa, quien ha sido la persona que más tiempo se ha mantenido en el poder de forma consecutiva (9 años).

Es así que durante la época democrática los gobiernos que sucedieron en el país tuvieron que afrontar elecciones múltiples, por lo cual la competencia y las necesidades propias del país han dado paso a gobiernos populistas como el de Abdalá Bucaram Ortiz (1996-1997), catalogado como ‘el loco que ama’ que estuvo al frente del país durante 186 días. Basado en un discurso asistencialista y demagógico, el tipo

⁸⁴ MAINWARING, S., SCULLY, T., *Op. cit.*, pp. 13-15.

⁸⁵ MEJÍA, A., “Partidos políticos: el eslabón perdido de la representación”, en BURBANO, F. (comp), *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Quito, Flacso, 2003, p. 299.



de representación que Bucaram encarna no solo se basó en reconocerse como igual ante ciertos grupos sociales, sino que también lo hizo de una forma política y para demostrarlo destaca un titular de diario *El País* en el cual menciona “yo soy el candidato de los que rayan con una chapa de cerveza los Mercedes Benz”⁸⁶. Frases como esta iban acompañadas de un sinnúmero de acciones que a decir de la prensa y ciertos sectores no eran bien vistas para un Presidente.

Este escenario es el que ha trascendido en la conducta de la clase política y los votantes. Mejía señala que en el interior de los partidos, la poca organización ha repercutido en una indisciplina de sus miembros, y la poca colaboración y participación para llegar a consensos en torno a qué políticas respaldar en el Congreso, o en la toma de decisiones como instituciones establecidas⁸⁷. Lo cual, no solo evidencia una fragmentación partidista a nivel externo sino interno.

Ejemplo de esto es el multipartidismo polarizado evidente en las elecciones del 2002 donde según Flavia Freidenberg, la cantidad de partidos existentes en Ecuador dificultaba la construcción de consensos, elevando así los niveles de polarización ideológica. Ya en las elecciones del 2006, el fraccionamiento en el sistema de partidos se refleja en la poca participación del electorado para los cuatro partidos tradicionales del Ecuador (ID, DP, PRE, PSC) con mayores votos para los partidos más contemporáneos (PRIAN, PSP)⁸⁸. Esto demuestra la necesidad de un sistema por renovar sus banderas y líderes políticos en busca de afianzar un apoyo que cada vez es más débil y que deviene de la poca credibilidad que tienen los principales representantes de las funciones del Estado. Es por ello, que en las elecciones de 2006 la presencia de un nuevo movimiento político denominado

⁸⁶ FREIDENBERG, F., *Jama, caleta y camello*, Quito, Corporación Editora Nacional, 2003, p. 388.

⁸⁷ MEJÍA, A., *Op. cit.*, p. 288.

⁸⁸ BURBANO DE LARA, F., *Correa, un año: de las promesas a la realidad*, Quito, Edimprés S.A., 2007, p.13.



Alianza País captó los votos de una población que buscaba un nuevo rostro en la política. Para entonces, la inexistente formación institucionalizada de los partidos políticos, que evitó su desarrollo y la formación de un sistema fuerte, hizo que un *outsider* se integrara a la palestra política.

Empero, este giro que implica un cambio histórico en la política ecuatoriana, por la entrada de un gobierno que retoma la mayoría legislativa y el respaldo popular, no significa que haya cambiado o fortalecido el sistema de partidos. Incluso se podría decir que éste ha contribuido a la deslegitimación del mismo, tanto que a pesar de su número de militantes no se ha constituido como partido desde su nacimiento. Sin duda, el objetivo es mantener el discurso anti-partidista que les dio la victoria.

Antes, como bien lo nota Simón Pachano, existía una exagerada desproporcionalidad en la distribución de votos por región, incluso por provincia. Es así que el Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE), tenían una aceptación en la región costa equivalente a las tres cuartas partes del total de sus votos⁸⁹. Sin embargo, con la entrada de Movimiento País, esta división de votos se ha disuelto en cifras nacionales de respaldo.

Pero todos los puntos señalados no solo responden a los problemas del sistema de partidos sino a algo más grande: una crisis de gobernabilidad⁹⁰ que procede de un débil poder de representación y la poca capacidad decisional del Estado. Para Julio Echeverría el quiebre inicial se produce en los años 80 derivando una profunda crisis de legitimidad de los partidos políticos y los sujetos de representación política que

⁸⁹ PACHANO, S., “Partidos y representación en la Región Andina”, en KORNBLITH, M., (et al.), *Partidos políticos en la Región Andina: entre la crisis y el cambio*, Estocolmo, International IDEA, 2004, p. 83.

⁹⁰ La gobernabilidad “tiene que ver con el conjunto de procedimientos institucionales o regulados que organizan la distribución del poder decisonal en la sociedad” (ECHEVERRÍA, J., *El desafío constitucional*, Quito, Abya-Yala, 2006, p.18).

bloquean toda institucionalidad⁹¹, al responder más a los intereses corporativos y oligarcas que a las demandas sociales. Situación que no ha podido ser revertida y ha propiciado conforme pasan las décadas una tendencia de des-institucionalización⁹².

Pachano evalúa la situación ecuatoriana y determina que el principal problema que ha impedido avanzar al país, radica en la ausencia de ‘un pacto fundacional’ del ordenamiento democrático, que impidió establecer valores regidores de esta categoría⁹³. En consecuencia, se han desarrollado conductas poco tendentes al consenso, que reflejan la falta de objetivos en común. Holger Córdova destaca que la escasez de contenido ético y democrático en el discurso, y acciones de las élites y la clase política, no les permite asumir sus responsabilidades sociales en la construcción de la gobernabilidad⁹⁴. Y son estas las razones por las que se buscan resultados inmediateistas con acciones poco meditadas que han generalizado una insatisfacción de la representación democrática. Un giro en estas tendencias solo podría estar enmarcado en la eficacia de los representantes electos y su capacidad para tomar buenas decisiones⁹⁵.

El disenso político forma a su paso un modelo presidencialista que busca la manera de anular la autonomía institucional, comprometiendo así al concepto de gobernabilidad. Y es precisamente la inexistente transformación de estas demandas sociales en decisiones políticas lo que pone en evidencia un acelerado proceso de

⁹¹ Para Echeverría, este proceso de des-institucionalización alienta en la sociedad la formación de posturas antipolíticas que se auto-legitiman en gobiernos de democracia directa. “La antipolítica en el caso ecuatoriano, se sustenta por la debilidad y escasa importancia que tiene el espacio de la deliberación política en los procesos decisionales” (*Ibid.*, p.84).

⁹² *Ibid.*, p.10.

⁹³ PACHANO, S., “Democracia, orden y conflicto: Ecuador 1979-1994”, en BURBANO DE LARA, F. (comp.), *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Quito, 2003, pp. 118-120.

⁹⁴ CÓRDOVA, H., *Crisis de Gobernabilidad*, Quito, Ave Blanca, 2003, p.11.

⁹⁵ “El papel ideal de los partidos es tomar las opiniones e intereses particulares y darles una forma y contenidos universalistas” (BUSTAMANTE, F., “Cultura política y ciudadana en el Ecuador”, en BURBANO DE LARA, F. (comp.), *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Quito, 2003, p. 362).



desinstitucionalización del Estado⁹⁶, que desemboca en una crisis de gobernabilidad, y ante la cual emerge un gobierno que mediante el discurso exalta los anhelos políticos del pueblo ecuatoriano. Muestra de ello es haberse presentado sin asambleístas, a fin de mantener un discurso anti-partidos, que buscaba la refundación de un país con figuras políticas nuevas. En esa línea, Rafael Correa, electo en 2006, basó su retórica en un discurso asistencialista y protector, haciendo uso de los espacios mediáticos obtenidos para construir una lógica dicotómica del espacio social, donde el fin es debilitar a quien podría ser o llegar a ser un adversario político.

Kirk Hawkins, en su forma de ver la organización populista, destaca cuatro atributos: insularidad, tácticas de todo vale, baja institucionalidad y estructura de movimiento. Estas características denotan el panorama ecuatoriano presentado, lo cual ha dado como resultado una división entre el sistema de partidos y la sociedad civil⁹⁷. A esta visión podríamos acotar la de Putnam, quien dice que los gobiernos populistas incentivan la “adhesión” de capital social pero obstruyen la formación de puentes entre el capital social⁹⁸. En consecuencia, esta forma resulta ser incluyente y excluyente a la vez. Ese ha sido el mecanismo adoptado por Correa. Analizando su discurso veremos que desagrega a la sociedad en dos campos antagónicos obligando a las personas a tomar una postura dentro del campo político.

⁹⁶ “En nuestras democracias percibimos un caro deterioro de la institucionalidad gubernamental debido a la pérdida de capacidad normativa del Estado, un acelerado fraccionamiento del sistema político, una seria segmentación de la sociedad, una relativización de su cultura política y la radical privatización de sus vías de acción” (CÓRDOVA, H., *Crisis de Gobernabilidad*, Quito, Ave Blanca, 2003, p. 93).

⁹⁷ HAWKINS, K., “Los Círculos Bolivarianos en Venezuela”, en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El Retorno del Pueblo Populismo y Nuevas Democracias en América Latina*, Quito, 2008, p.133.

⁹⁸ PUTNAM, 2000, citado en HAWKINS, K., “Los Círculos Bolivarianos en Venezuela”, en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El Retorno del Pueblo Populismo y Nuevas Democracias en América Latina*, Quito, 2008, p.136.



2.3.2. Caso venezolano

El retorno a la democracia en Venezuela en 1958, ha estado marcado por dos momentos importantes. Uno que va desde 1961 hasta 1998 y otro que va desde 1998 en adelante. El primero de ellos imbuido en un sistema bipartidista con la presencia de los partidos Acción Democrática y COPEI que respondía a un mecanismo optado por estos partidos denominado como el Pacto de Punto Fijo y que recurre a un mecanismo jurídico como es la Constitución de 1961. Bajo este pacto, se logra en Venezuela una estabilidad social y política, en un escenario de bonanza petrolera que permitía tener un alto gasto social a fin de minimizar los conflictos de clase. En esa medida, el modelo de desarrollo fue un factor importante en la consolidación de un sistema partidista dominado por dos partidos que se turnaban el poder. Para la sociedad venezolana, esta regla cumplía con los principios de la democracia representativa. A diferencia del Ecuador, esto permitió que el sistema de partidos fortaleciera su institucionalización.

Es así como los partidos políticos tradicionales lograron durante 37 años movilizar a las masas mediante el voto directo y secreto bajo, a pesar de que tuvieron que afrontar intentos de golpe de estado por grupos anti-sistema; por lo cual tuvieron que hacer uso de las Fuerzas Armadas como herramienta para su preservación.

El Pacto de Punto Fijo constituía así un compromiso entre los dirigentes partidistas para movilizar sus organizaciones en pro de moderar el conflicto político. Sin embargo, este orden político dio nacimiento a una nueva burguesía política que por la época garantizó la gobernabilidad gracias a la facilidad para negociar acuerdos. No obstante, la instauración en el poder del Punto fijismo -acuerdo de partidos



políticos AD, Copei y URD- no tuvo acogida a pesar de la promulgación de la Constitución de 1961, que permitió establecer un marco normativo.

Es fundamental recalcar que en un inicio (1958) AD y COPEI (que se alternaban el poder) no contaron con los suficientes votos para controlar el sistema político. Empero, en las elecciones de 1993 y 1998 se produce una polarización del voto, que trae como consecuencia una caída de respaldo popular de los dos principales partidos venezolanos, en comparación con los resultados obtenidos en las elecciones de 1988. Este hecho marca la existente pérdida de credibilidad de los partidos tradicionales y denota la fragilidad institucional del momento. Lo cual dará paso a un cambio en el sistema bipartidista, hacia uno de partido único mayoritario al mando de Hugo Chávez. Un síntoma que viene desde 1993, cuando las elecciones dejan de ser bipartidistas para ser pluralistas.

Pero no será hasta 1998 cuando el nuevo escenario electoral da como ganador a una coalición política con predominio del Movimiento V República (MVR), dirigido por Chávez con un 62,46% de los votos, y dejando a la coalición política formada por COPEI y AD (entre otros partidos) con un 31,48%. Sin duda, este giro radical presenta un respaldo popular mayoritario frente a una oposición debilitada.

El nuevo gobierno entraría con una propuesta clave, que es la refundación de Venezuela a través de la constitución de una nueva Carta Magna, que se llevará a un referendo consultivo por la necesidad de conformar una nueva Constitución, lo cual tiene una aceptación del 87,75%. Mientras que la aprobación de la nueva normativa general será del 71,78% de los votantes⁹⁹.

⁹⁹ Consejo Nacional Electoral, República Bolivariana De Venezuela, http://www.cne.gob.ve/web/estadisticas/index_resultados_elecciones_anteriores.php (consultado el 02-02-2015).



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

La Constitución venezolana de 1999 trajo profundos cambios políticos, económicos y sociales; no obstante, durante el 11 y 12 de abril de 2002, Chávez fue desplazado durante 72 horas tras un intento de golpe de Estado por haber implementado leyes sobre la propiedad de la tierra. Más tarde, en diciembre de ese mismo año, los sectores de oposición hicieron un llamamiento al paro de todas las actividades económicas del país, a la cual se sumó la estatal de los hidrocarburos PDVSA. Empero, Chávez logró manejar la situación y mantener bajo control a las Fuerzas Armadas. Desde entonces se mantuvo en el poder hasta su muerte (abril del 2013) respaldado ampliamente por el poder popular. Sin contar con que su Gobierno se vio beneficiado por una renta petrolera que alcanzó niveles nunca antes vistos.

Los datos expuestos demuestran cómo la crisis institucional desde 1993 da paso a un cambio en el sistema partidista que se ve afectado además por una crisis de representación política. Para José Molina, antes de 1993 Venezuela se caracterizaba por un “bipartidismo atenuado y la no polarización ideológica entre sus principales actores”¹⁰⁰, y destaca que su cambio propicia un escenario con un “sistema multipartidista polarizado y des-institucionalizado. Un panorama que resulta de la alternancia en el poder de tres partidos y que con los años cayó en un proceso de deslegitimidad y que se acentúan con la presencia de gobiernos de corte neoliberal que crean un escenario de emergencia populista que tuvo lugar con el gobierno de Hugo Chávez.

Molina, considera que antes del primer intento democrático venezolano en 1945, la escasa continuidad política como resultado de gobiernos autoritarios y la falta de elecciones honestas, hizo que los partidos tradicionales no tengan bases electorales. Esto hizo que la fundación de partidos como Acción Democrática

¹⁰⁰ MOLINA, J., *El sistema de partidos venezolano: De la partidocracia al personalismo y la inestabilidad. La des-institucionalización y sus consecuencias*, Washington DC, Conferencia Latin American Studies Association, 2001, p. 1. <http://lasa.international.pitt.edu/lasa2001/molinajose.pdf> (consultado el 10-12-2014).



(partido social demócrata), en 1941, y COPEI (partido demócrata cristiano), que en 1946 iniciaron con fuerza social y doctrinaria, se convirtieron con el paso de los años en partidos *catch all*.

De acuerdo a Molina, entre 1945-1948, que constituye el período de transición post-gomecista y que culmina con el golpe de estado de Octubre de 1945 por el partido AD se da paso al período democrático. Sin embargo, ante el dominio electoral de este partido, los partidos COPEI, Unión Republicana Democrática (URD) y el Partido Comunista de Venezuela (PCV), que tienen presencia legislativa, marcan una elevada polarización con una institucionalización débil, debido a su breve periodo de existencia en el campo político (no pasan de los 10 años)¹⁰¹.

Una vez derrocada la dictadura, el 23 de enero de 1958 se logran llevar a cabo las primeras elecciones, aunque “desde entonces y hasta antes de 1973 el sistema de partidos presenta una alta inestabilidad electoral; lo que permite caracterizarlo como débilmente institucionalizado, pues surgen y desaparecen rápidamente nuevos grupos políticos”¹⁰².

Otra de las observaciones de Molina sobre la estabilidad en el sistema de partidos es la volatilidad electoral, que trata sobre el apoyo de los votantes a los postulantes, y para esto ha considerado el Índice de Volatilidad de Pedersen (1979), con el cual se estima que a mayor volatilidad electoral, menor estabilidad en el sistema de partidos y menor institucionalización. Su indicador oscila entre 0 y 100 siendo el primero ninguna variación en la votación de los partidos y el último una variación total, lo que implica que los partidos que obtienen votos en la primera elección no logran votos en la siguiente. De esta forma el autor nos muestra la volatilidad de las elecciones venezolanas.

¹⁰¹ *Ibid. (passim).*

¹⁰² *Ibid.*, p. 12.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

“La volatilidad para las elecciones del período, medida según el Índice de Volatilidad de Pedersen sería: 32% entre 1958 y 1963; 30% entre 1963 y 1968; 31% entre 1968 y 1973. Con un promedio de 31% de volatilidad para el período. Es decir, una volatilidad sumamente elevada. La polarización ideológica, por su parte, se había moderado entre las fuerzas que competían electoralmente con respecto al trienio 1945-48. De ello es un signo importante que las principales fuerzas político-electorales (AD, COPEI y URD) firman en 1958, antes de las elecciones, el llamado Pacto de Punto Fijo y un Programa Mínimo de Gobierno”¹⁰³.

Después de ello, desde 1973 hasta 1998 se presenta un periodo bipartidista, no polarizado, y que a diferencia de sus orígenes se encuentra institucionalizado con poca distancia ideológica entre las principales fuerzas políticas. Molina destaca este periodo como el punto máximo de institucionalización.

“La volatilidad electoral se reduce sensiblemente y alcanza: 12% entre las elecciones de 1973 y 1978, 13% entre 1978 y 1983, y 10% entre 1983 y 1988. Lo cual implica una volatilidad moderada, de acuerdo a los criterios antes expuestos”¹⁰⁴.

Para 1998, Venezuela, presa de la fuerte caída de su ingreso petrolero desde inicios de los años ochenta, ve reflejado el descontento nacional en una crisis del sistema de partidos, que va de la mano del deterioro de la imagen de las organizaciones políticas, al no poder solventar las necesidades y demandas de la población. Sin duda, la causa económica da paso a una crisis política durante el período de 1989-1994, tiempo en el cual se producen dos intentos de golpe de Estado en 1992, y la destitución del Presidente en 1993 por acusaciones de corrupción. Es este escenario el que marca el fin del sistema bipartidista. Así se vio que el “número

¹⁰³ CALDERA, R., “Los Causahabientes. De Carabobo a Punto fijo”, Caracas, Panapo, 1999, pp. 141-150; 189-196.

¹⁰⁴ MOLINA, J., *Op. cit.*, p. 12.



efectivo de partidos, con base en la votación parlamentaria fue 5.6 en 1993, 7.6 en 1998 y 4.3 en el 2000. Una clara situación de multipartidismo”¹⁰⁵.

Este panorama da pie a un nuevo proceso de cambio en Venezuela bajo los liderazgos de Hugo Chávez y Nicolás Maduro. El primero de ellos salta a la palestra política en la insurrección militar de 1992 con su Movimiento Bolivariano Revolucionario (MBR-200) que luego sería el Movimiento V República y finalmente el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV). Mientras que el segundo fue vicepresidente de Venezuela en 2012 y 2013, y asumió el poder tras la muerte de Chávez.

Si bien la legitimidad de los partidos se ha visto menoscabada, el apoyo popular se ha decantado por nuevos movimientos políticos con liderazgos que personalizan la política y que se han volcado a las estrategias de comunicación política a fin de mover masas. No obstante, tras haber analizado la situación que ha vivido Venezuela en cuanto a su sistema de partidos después del retorno a la democracia, se puede concluir que Venezuela si tuvo en su momento un sistema institucionalizado; por lo cual las consecuencias políticas sobre crisis de representación y de legitimidad no son el resultado de un sistema que en origen fue débil sino que ha afrontado un proceso de desinstitucionalización, al igual que el caso ecuatoriano.

¹⁰⁵ *Ibid.*



2.4. EMERGENCIA DE GOBIERNOS POPULISTAS

Después de haber analizado el proceso de desinstitucionalización que han vivido Ecuador y Venezuela a su ritmo y en condiciones muy particulares, vemos el resultado es un sistema de partidos caracterizado por el multipartidismo y la polarización ideológica; imbuidos en una crisis no sólo de gobernabilidad sino también del discurso dominante.

Iñaki Sagarzazu en su trabajo sobre la evolución y estructura del sistema de partidos, destaca dos categorías, que son: la nacionalización y la desnacionalización de los partidos. En sus apreciaciones sobre Venezuela cita al Movimiento V República, actual Partido Socialista Unido de Venezuela, que se ha nacionalizado rápidamente, contrario a los partidos opositores que “han perdurado a través de estrategias regionales de subsistencia”¹⁰⁶.

“La nacionalización del sistema de partidos describe el proceso mediante el cual los partidos políticos orientan su política hacia votantes medios nacionales en lugar de cultivar minorías territoriales (Caramani 2000 y 2004; Jones y Mainwaring 2003; Schattschneider 1960). Este proceso viene acompañado por una reducción en la variabilidad del voto local de los partidos (el porcentaje de votos obtenido por un partido en cualquier distrito electoral tiende a aproximarse a la media nacional), así como por una reducción del número de partidos que tienen representación en un número restringido de distritos electorales. Dentro de las principales causas que facilitan la nacionalización del sistema de partidos, se encuentra la primacía de clivajes ideológicos (división izquierda-derecha) sobre otros preindustriales basados en la identificación con categorías de empleo o de locación”¹⁰⁷.

¹⁰⁶ SAGARZAZU, I., “Nación vs. región: las tensiones del sistema de partidos venezolano postcolapso”, en *América Latina*, 2011, n° 58, pp. 121-142.

¹⁰⁷ *Ibid.*



Es decir, que el partido venezolano que ha logrado mantenerse en los últimos, años desde 1998, responde a una extensión de sus políticas públicas a nivel nacional, en su afán de nacionalizar su propuesta, a fin de ganar un respaldo popular amplio y no segmentado. Esto, a pesar de que su apoyo inicial en las elecciones de 1998 constituyó el 40,17% de los votos a un *outsider* político como lo fue Hugo Chávez y con una disminución de votos en los partidos tradicionales, que también se debe al aumento constante de partidos minoritarios que correspondían a fuerzas regionales. Esto, lo que hizo fue sumar el número de partidos competitivos y fraccionar el sistema. No obstante, no impidió que el chavismo mantenga la mayoría de votos en los comicios celebrados posteriormente.

Tabla 1

**EVOLUCIÓN DE RESULTADOS ELECTORALES EN ELECCIONES
PRESIDENCIALES DE VENEZUELA**

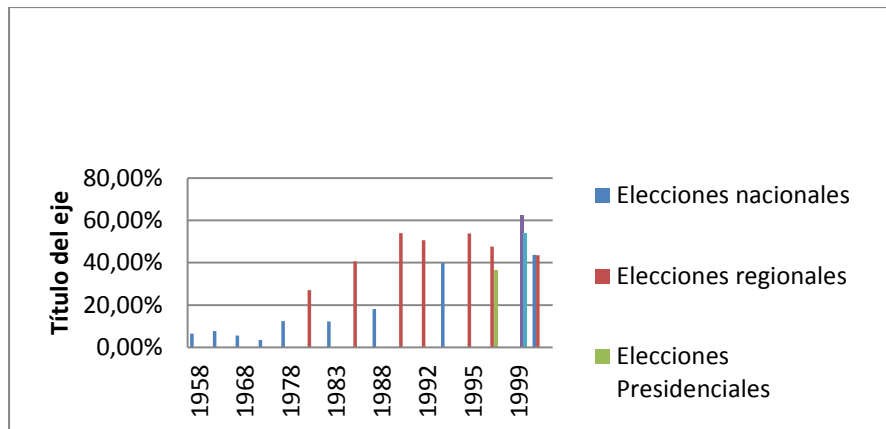
	1958	1963	1968	1973	1978	1983	1988	1993	1998	2000	2006
AD	49,18%	32,82%	27,51%	48,64%	43,31%	55,23%	52,87%	23,23%	9,05%		
CONVERGENCIA								17,03%			
COPEI	16,21%	20,16%	28,66%	35,29%	45,28%	32,35%	39,65%	22,11%	2,15%		2,24%
LA CAUSA R						0,92%	0,41%	21,95%	0,11%	18,57%	
MAS				3,70%	4,70%	3,53%	2,86%	10,59%	9,00%	9,21%	0,62%
MVR/PSUV									40,1%	46,58%	41,73%
PJ											11,14%
PODEMOS											6,55%
PPT									2,19%		5,15%
PRVZL									28,75%		
UNT											13,34%
URD	34,61%	18,89%	11,86%			1,30%	0,69%	0,59%	0,07%		0,73%
OTROS		28,13%	31,97%	12,37%	6,71%	6,67%	3,52%	4,50%	8,51%	25,64%	18,50%

Fuente: Consejo Nacional Electoral de Venezuela



Gráfico 1

ABSENTISMO ELECTORAL EN VENEZUELA 1958-2000



Fuente: Elaboración del autor con información del Consejo Nacional Electoral de Venezuela

El gráfico 1 demuestra el fraccionamiento del voto y cómo los partidos tradicionales fueron perdiendo respaldo popular. Es por ello, que en busca de no perder fuerza electoral, y en una búsqueda por la renovación de la percepción ciudadana sobre el sistema de partidos, muchos de ellos optaron por refrescar su imagen a la sombra de nuevos movimientos políticos, como lo fue la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), que fue creada bajo acuerdo el 8 de junio de 2009. Éste integró a 19 organizaciones políticas, entre las cuales se encontraban principalmente los partidos de trayectoria. No obstante, con las elecciones presidenciales de 1998 se hace evidente un cambio marcado en las votaciones con un amplio respaldo popular (superior al 40%) para Hugo Chávez, quien se mantuvo en el poder hasta el año 2013. Esto después de haber afrontado su última campaña por la Presidencia en 2012, cuando obtuvo el 55,07% de votos a favor, mientras que su principal opositor, Henrique Capriles, tuvo un 44,31%. Más tarde, en las elecciones para Primer

Mandatario, Nicolás Maduro toma la posta del Chavismo y gana con 50,61%, dejando a Capriles con un 49,12%¹⁰⁸.

Mientras tanto, en Ecuador, el presidencialismo agudizado por un personalismo político ha generado una falta de credibilidad de las otras funciones del Estado, fortaleciendo un clima de pérdida de confianza del electorado hacia la democracia electoral. A esto se suma la larga lista de candidatos que se postulan a las elecciones regionales y nacionales en un panorama claro de multipartidismo, que refleja a su vez una crisis de representatividad y que se manifiesta en la participación política.

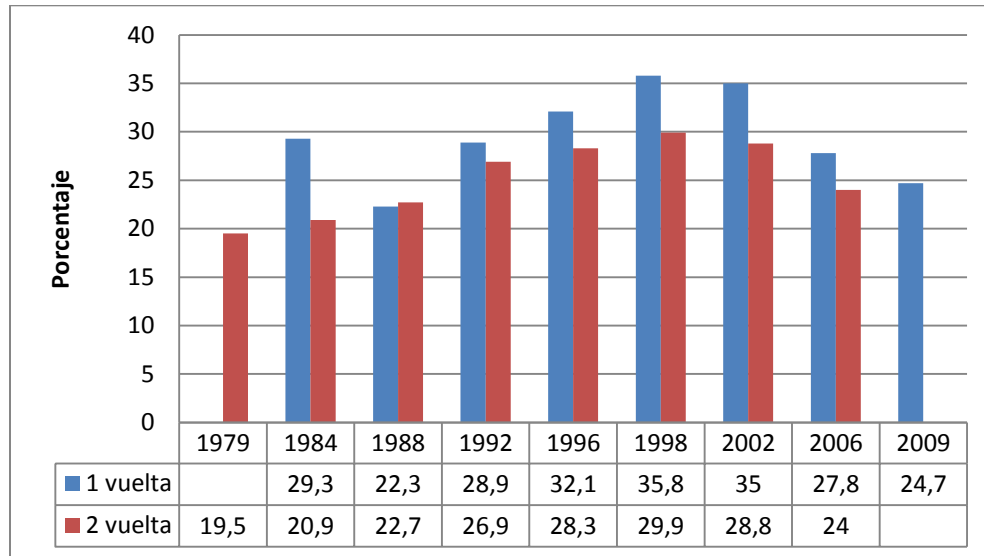
Existe una falta de renovación de la representación política en un escenario que es cuestionado por una baja representatividad, que se refleja en la participación de los mismos de siempre y el anhelo de renovarse en nuevos movimientos o partidos políticos, con figuras políticas jóvenes que sirven para complementar su estrategia como partidos *catch all* o atrapa todo. La evolución del sistema de partidos ecuatoriano ha desembocado en la construcción de maquinarias electorales que no impulsan la formación ideológica de las organizaciones.

¹⁰⁸ Consejo Nacional Electoral de Venezuela.



Gráfico 2

ABSENTISMO ELECTORAL EN ECUADOR



Fuente: Elaboración del autor con información de SENPLADES, 2011¹⁰⁹

Como se observa en el cuadro, de acuerdo al estudio realizado por la Secretaría de Planificación y Desarrollo del Ecuador (Senplades), el ausentismo promedio en las elecciones presidenciales, en el periodo estudiado sería de 27,3%, con un pico en 1998 año en que se cambió la constitución del país con un 35,0%. Mientras que en las últimas elecciones presidenciales, realizadas en 2013, el ausentismo bajó a 18,91%; la menor cifra registrada en el periodo estudiado.

De esta forma constatamos la cantidad de indecisos que en el año 1998 muestran su escepticismo al sistema político, que deviene de una crisis de legitimidad y de representación. No obstante, tras las elecciones en 2006 la reducción de casi 7

¹⁰⁹ BURBANO, R., (et al.), *Tendencias de la participación ciudadana en el Ecuador*, Quito, Senplades, 2011, p. 146.



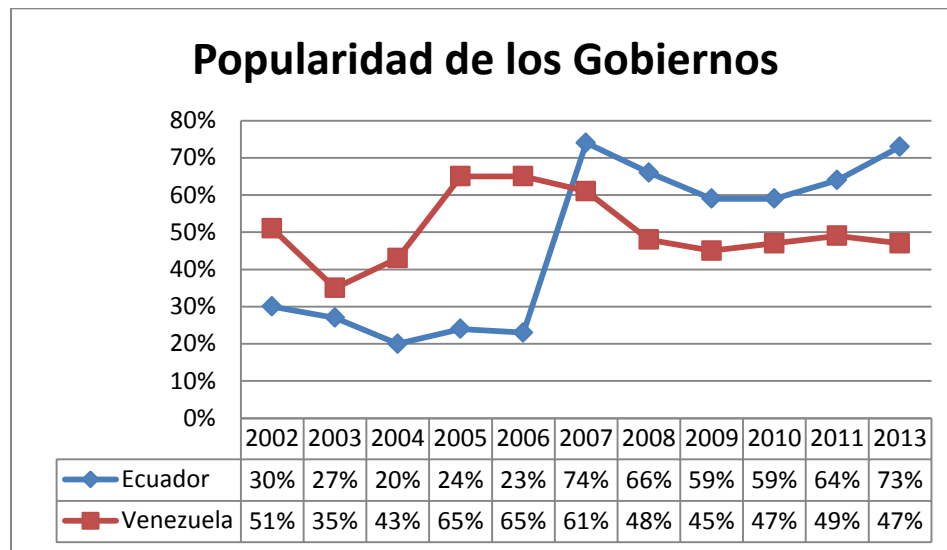
puntos en el nivel de absentismo en el Ecuador es significativo, ya que denota el clamor de un pueblo por un outsider o un nuevo presidente que cambie el *statu quo*.

Rafael Correa, que ganó las elecciones en 2006, basa su retórica en un discurso asistencialista y protector, haciendo uso de los espacios mediáticos obtenidos para construir una lógica dicotómica del espacio social donde el fin es debilitar a quien podría ser o llegar a ser un adversario político.

En esa medida es interesante observar como desde la aparición de Correa y Chávez, el proyecto revolucionario que estos lideran, han contado con altos niveles de respaldo electoral, no solo en procesos electorales, sino también de consulta popular.

Gráfico 3

**COMPARATIVO DE POPULARIDAD EN LOS GOBIERNOS
DE VENEZUELA (CHÁVEZ Y MADURO) Y ECUADOR (CORREA)**



Fuente: Latinobarómetro, Informe 2013.



2.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REPRESENTACIÓN POLÍTICA

Antes, las cabezas visibles de los partidos constituían una fuente verídica en la interpretación de lo político. Hoy, su falta de credibilidad cambia el escenario. Y en la disputa por el poder de representación se van haciendo evidentes los medios de comunicación, como contrincantes políticos para los Gobiernos populistas de la región Andina, constituyéndose como contrapesos al poder hegemónico.

Ciertamente, el manejo discursivo es un factor importante en esta dinámica, como herramienta fundamental en el desempeño cotidiano de los medios de comunicación. Sin embargo, queda la duda: ¿los medios de comunicación han sobrepasado su nivel de influencia al ser más que herramientas políticas?

“El periodismo ecuatoriano ha incursionado en espacios que se suponían privativos del sistema de partidos políticos. Desde la censura al entonces vicepresidente Alberto Dahik, en 1995, hasta la legitimación del gobierno de Gustavo Noboa, pasando por la abierta oposición frente a Jamil Mahuad, la gran prensa ecuatoriana ha ingresado en el campo de la política como actor de pleno derecho”¹¹⁰.

Sin duda, intentar encausar una respuesta, implica considerar la evolución de la comunicación política y crisis de representación política como dos características fundamentales que confluyen en un mismo escenario. Reflexionar sobre el rol que juega el aparato mediático dentro de la crisis permite observar el vacío de representación política, que ha construido un campo político, en disputa por el poder hegemónico, y un contrapoder (al cual aspiran los medios de comunicación).

¹¹⁰ CÓRDOVA DE ALCÁZAR, G., *Anatomía de los golpes de Estado: la prensa en la caída de Mahuad y Bucaram*, Quito, Abya-Yala, 2003, p. 12.



No obstante, es la débil credibilidad y confianza en las instituciones formales del Estado, lo que ha llevado a otras conformadas por la sociedad civil a asumir el rol de intermediarios e incluso llamarse representantes de la sociedad. Así tenemos a instituciones como la Iglesia y los medios de comunicación. Sin embargo, hay que considerar que el electorado no ha dado la posibilidad de que de ellas salga el futuro presidente del país. Empero, hay una gran diferencia en ello, y es que el apoyo que los medios de comunicación han dado a los diversos candidatos políticos, ha sido determinante para afianzar la presencia política de los mismos en el panorama electoral. Así lo vimos en su tiempo con Rafael Correa, quien alcanzó la presidencia en 2006 en el Ecuador, y Guillermo Lasso y Enrique Capriles, como candidatos de la derecha, potenciados como opositores a los gobiernos de turno.

Un ejemplo de esto en Venezuela lo encontramos en un análisis de Marcelino Bisbal, quien basado en una investigación de Cosar Grupo Comunicacional expone que, en 1997, los sectores universidades y exmilitares (en un 18 y 15 por ciento respectivamente), constituían los lugares prioritarios de donde debían pertenecer los candidatos a la presidencia. Mientras que de los medios de comunicación apenas era del 4%¹¹¹.

A través del papel primordial de la comunicación social que es informar, se ha usado la denuncia, para construir un escenario polarizado y una sociedad fragmentada. Situación que se ha agravado con los gobiernos populistas. Incluso Adela Cortina sugiere la formación de una nueva clase ciudadana que ya no es la política, social, económica o civil, sino la ciudadanía mediática. Es decir, que la ciudadanía se construye más allá de la relación con movimientos sociales, y lo hace ahora también en procesos comunicacionales masivos.

¹¹¹ COSAR GRUPO COMUNICACIONAL, *Demoscopia Venezuela, 1997* con una muestra de 2500 personas (BISBAL, M., “Venezuela y su crisis: el contexto ineludible de los media”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, pp. 52-63).



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

“...en donde se pueden hacer visibles esas otras formas de construcción ciudadana, pero también la aparición de un ciudadano vertebrado por el puente de los *mass media* en donde sus acciones y derechos se vinculan a la acción de los medios. Al respecto, interrogado el ciudadano acerca de las vías para hacer más efectiva la participación ciudadana”¹¹².

Estamos ante una sociedad mediática en la que de acuerdo a Marcelino Bisbal, “son los medios, no los políticos, los que dotan de estructura interna a la sociedad”¹¹³. Y eso lo demuestran cifras del CENINVEST que al analizar los índices de confianza de las instituciones venezolanas, sitúa en el tercer lugar a los medios de comunicación (45,9%), después de la Iglesia (58,9%) y las Fuerzas Armadas (50,8%)¹¹⁴. Mientras que en 2014, los medios de comunicación venezolanos estarían en segundo lugar, con un 41% de credibilidad para la prensa escrita, un 39% para la televisión y un 59% para la radio. Esto, dejando a los partidos políticos en último lugar (noveno) con un 19% de confianza¹¹⁵.

Estas cifras, lo que hacen es demostrar una vez más el papel privilegiado de los medios de comunicación, que no solo está dotado por el nivel de confianza, lo cual se traduce en altos niveles de credibilidad, sino también en su nivel de influencia en la esfera pública. En esa línea una investigación sobre los medios venezolanos demostró que:

“En relación a cómo los medios influyen en las opiniones de la gente, vemos que en una escala de 5 (indica siempre) a 1 (nunca) los datos nos dicen: la tv es el medio que tiene más influencia en las opiniones de la gente con una medida de 4,64; la radio en segundo lugar con

¹¹² MORALES, E., MÉNDEZ, A., “Democracia, comunicación y ciudadanía: un estudio de opinión pública”, en *Cuestiones Políticas*, 2001, n° 27.

¹¹³ BISBAL, M., “Venezuela y su crisis: el contexto ineludible de los media”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, p. 59.

¹¹⁴ CENINVEST, Centro de Investigación Estadísticas, *Índice de confianza de las instituciones venezolanas. Estudio de cobertura nacional*, Venezuela, investigación llevada a cabo en junio de 2002.

¹¹⁵ BRANDING-MARKETING-COMMUNICATIONS, *Tendencias Socio-políticas de la sociedad venezolana actual*, Caracas, 2014.



una media de 4,11; la prensa ocupando el tercer lugar con una media de 4,10 y finalmente, las revistas con 2,27 de media”¹¹⁶.

Del mismo estudio se desprende que:

“En lo que atañe a la contribución de la información política que transmiten los medios en las creencias que se conforman en los ciudadanos sobre la democracia, la decisión del voto o sobre sus preferencias políticas, vemos que en una escala de 4 (indica mucho) y 1 (nada): la información política que transmiten o publican los medios influye de manera relativa en las preferencias políticas, la medida fue de 2,51; igual sucede sobre lo que piensan acerca de la democracia, media de 2,49; en la decisión del voto, 2,34; y con relación a la decisión del voto, apoyo al gobierno y en la opinión sobre los partidos las medidas bajaron a 2,34; 2,28; y 2,20 respectivamente”¹¹⁷.

Es esto lo que ha radicalizado la expresión popular frente al gobierno venezolano y la figura del entonces presidente Hugo Chávez, y el actual, Nicolás Maduro. En esa medida, el papel de los medios y de los periodistas ha extrapolado las posiciones a través del discurso, catalogando el populismo a la sociedad en dos sectores antagónicos: el pueblo y el antipueblo.

Andrés Cañizález explica que los medios no sólo reproducen el discurso político excluyente, sino que también son parte del conflicto al ser constructores de una agenda periodística simbólica que se articula a sus intereses. Él destaca que la crisis de partidos hace que el apoyo comunicacional tome gran importancia en el paraguas estratégico del gobierno para responder a las demandas¹¹⁸. Es así que tanto en el programa dominical “Aló Presidente” de Hugo Chávez, “En contacto con

¹¹⁶ MORALES, E., MÉNDEZ, A., *Op. cit.*, p. 28.

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ CAÑIZÁLEZ, A. “Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada, en Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, p.15.



Maduro” de Nicolás Maduro en Venezuela, y en el programa de los sábados del Presidente Correa “Enlace Ciudadano”, se observa como sus contenidos marcan la agenda mediática.

Tabla 2

**LOS TELEPRESIDENTES: REDICIÓN DE CUENTAS EN ECUADOR
Y VENEZUELA**

	Rafael Correa	Hugo Chávez	Nicolás Maduro
Programa	Enlace Ciudadano	Aló Presidente	En Contacto con Maduro
Horario	Sábados desde las 10:00 am hasta las 13:00 pm	Domingos desde las 11:00 a.m. hasta 05:00 p.m.	No tiene horario ya que este está ligado a sus actividades Presidenciales.
Inició	20-01-2007	23-05-1999	11-03-2014
Estado actual	458 emisiones del programa	El último programa fue el 29 de enero de 2012	53 enlaces hasta el momento.
Transmisión inicial	54 estaciones de radio	Radio Nacional de Venezuela. En agosto 2000 tuvo su primera emisión en radio y televisión en Venezolana de Televisión.	Canal del Estado Venezolana de Televisión
Transmisión actual	450 medios.	Durante 13 años se emitieron 378 enlaces en Vive Televisión, Venezolana de Televisión, Radio Nacional, YVKE Mundial y medios locales.	Venezolana de Televisión y retransmiten los medios públicos de radio y televisión.
Minutos al aire	144000 minutos en 400 emisiones.	Récords de duración: programa N. 295 con 8 horas y 7 minutos. Programa 289 con 7	

		horas y 41 minutos.	
Costo	Montaje, producción y animación de todos los enlaces durante 2015 costaron \$ 1,1 millones.	“Cada programa Aló Presidente tiene un costo superior a 260 mil bolívares fuertes... las 375 ediciones han costado a la nación más de 100 millones de bolívares ¹¹⁹ ”.	“..para 2013 el Minci solicitó Bs. 840 millones 600 mil 217, con el fin de hacer frente a sus compromisos de 2014 ahora demanda Bs. 1 mil 133 millones 600 mil. Es decir, un incremento de 29%” ¹²⁰ .

Fuente: Elaboración propia con información de *El Universo*, Aló presidente, Noticiero Digital, *El Universal*.

Ecuador y Venezuela se encuentran con un aparataje comunicacional con fuerte presencia en la retransmisión mediática, con una sólida construcción discursiva que adoctrina a sus audiencias sobre lo que deben pensar frente al acontecer nacional. Estos espacios se comparan con los espacios religiosos en los cuales hay un pastor y sus seguidores. Es por ello, que en estos programas se ha buscado generar una serie de simbolismos que fomenten el grado de identificación con el líder y que a la vez mantengan la atención con espectáculos. Una forma más de contribuir a una práctica de extrapolación de sus posturas sin importar los temas. Es así que los segmentos que forman parte del enlace ciudadano de Ecuador son:

- Ecuador en positivo
- La Libertad de Expresión ya es de todos

¹¹⁹ *Noticiero Digital*, 7-01-2012, <http://www.noticierodigital.com/2012/01/berrizbeitia-mas-de-100-millones-de-bolivares-se-han-despilfarrado-en-375-programas-de-allo-presidente/> (consultado 14-03-2016)

¹²⁰ *El Universal*, 27-10-2013.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- La doble moral de la semana
- La cate rucada de la semana
- La cantinflada de la semana
- La amargura de la semana

Además se evidencia en los medios de comunicación el desarrollo de espacios que en teoría serían destinados para el debate político, pero que en la práctica se limita a la divulgación de opiniones y la censura del discurso opositor.

Para Lipset una democracia se basa en las instituciones y los valores, sin ellas el campo institucional¹²¹ se ve en crisis. A esto hay que sumarle las constantes mutaciones de estructura social¹²².

Lamentablemente, las organizaciones políticas formales, a decir de Amparo Menéndez Carrión, pierden fuerza con el surgimiento de canales institucionales informales paralelos (movimientos sociales) que tienden a desplazar el procesamiento de las demandas que fortalecen las prácticas inmediateistas¹²³. En este panorama, las normas constitucionales han sido violentadas con la finalidad de ampliar el espectro clientelar¹²⁴. El sistema de representación política se ha visto minado por la presencia

¹²¹ “Institucionalización, entendida como la instauración de un orden vinculante para el conjunto de la sociedad y la adecuación del régimen político y del sistema político a las condiciones de la sociedad” (PANCHANO, S., 1997, p. 53 citado en CORDOVA, H., *Crisis de Gobernabilidad*, Quito, Ave Blanca, 2003, p. 82).

¹²² LIPSET, S., *Conflicto social, Legitimidad, Democracia*, en *Actores Sociales y Conflictos, La ruta de la Gobernabilidad*, Quito, Cordes, 1999, p. 207.

¹²³ AMPARO, M., *Democracias pendientes y representación política en América*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2004, p.78.

¹²⁴ “En el Ecuador, el uso discrecional de la constitución y de sus preceptos normativos ha permitido violentar sistemáticamente el moderno principio de la división de poderes; una tendencia recurrente en la política ecuatoriana que ha sido acentuada por la volatilidad de las mayorías partidarias y que se han traducido en una alta reversibilidad jurídico normativa [...] reducen o recortan la democracia a una dimensión instrumental de carácter electoralista o plebiscitario” (ECHEVERRÍA, J., “Plenos poderes y democracia en el proceso constituyente del Ecuador”, en ECHEVERRÍA, J., MONTÚFAR, C. (ed.), *Plenos poderes y transformación constitucional*, Quito, Abya-Yala, 2008, pp.15-16).



de los llamados gobiernos populistas,¹²⁵ que arremeten contra la llamada ‘partidocracia’ y deslegitiman a cualquier posible contrincante, con la finalidad de construir una imagen única de representación (a través de la democracia directa). Es así que dentro del campo político las cuerdas del poder se tejen entre actores que luchan por dominar el escenario. Con los canales institucionales debilitados, y con una industria de comunicación cada vez más grande, los medios de comunicación han reforzado su figura política, adoptando también estrategias de comunicación clientelares, que censuran el debate y son línea directa de un discurso dominante que deviene de la lógica empresarial y el uso del mercado. El objetivo es liderar la opinión pública y pugnar con las estructuras del poder establecidas a favor o en contra de sus intereses.

2.6. LA MEDIOCRACIA

Los medios de comunicación, como el Ejecutivo, tanto en el caso ecuatoriano como venezolano, son considerados en este trabajo como actores políticos dentro de lo que Bourdieu denomina ‘campo político’. Un espacio donde sus actores mantienen una disputa por la representación a través de la acumulación de capital simbólico y político.

¹²⁵ Kenneth define al populismo como una característica recurrente de la política latinoamericana, ocasionada por la debilidad crónica que presentan las instituciones políticas. Fenómeno que surge con más fuerza en contextos de crisis o profunda transformación social, momentos en los cuales los sectores populares tienden a depositar su confianza en “poderosos hombres de acción” y afirma que en el núcleo del concepto de populismo podemos encontrar cinco rasgos característicos: 1. Un líder carismático, personalista y paternalista; 2. Una coalición policlasista; 3. Un proceso de movilización de arriba hacia abajo; 4. Un ideología amorfa y ecléctica; y 5. Un proyecto económico redistributivo y clientelar (ROBERTS, K., “El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina”, en MACKINNON, M., PETRONE, M., (comps.), *Populismo y Neopopulismo en América Latina*, Buenos Aires, Eudeba, 1998, p. 381).

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Para Gabriela Córdova, ante la amenaza creciente de irrupción en espacios representativos del poder, la prensa asumió el papel de interlocutor privilegiado entre Estado y ciudadanía a través de una participación política¹²⁶.

“En este contexto los medios se han tomado la atribución de hacer llamados de atención a las autoridades y vincularse directamente con las demandas y exigencias en el ámbito político. El establecimiento reclama de los media contribuir a la llamada gobernabilidad y, al hacerlo, eleva el papel de los comunicadores como pilares del statu quo”¹²⁷.

Pero es importante recalcar que esto no quiere decir que los partidos políticos hayan sido reemplazados por los medios de comunicación, ni que estos hayan cooptado el espacio que les corresponde, ya que los partidos siguen desempeñando un papel fundamental que es el “proporcionar recursos cruciales tales como las redes de contactos e influencias, la capacidad para la recolección de fondos y el trabajo voluntario de los militantes, pero tienden a convertirse en instrumentos al servicio del líder”¹²⁸. Lo que si se reafirma es que los medios de comunicación han aprovechado la crisis de partidos para forjar su figura política pero no para tomar el lugar de ellos. Y es en este espacio o en este desencuentro donde la democracia juega un nuevo papel: la mediocracia, que como su nombre lo indica es la democracia centrada en los medios de comunicación como actores importantes en el campo político. Esto, debido a que los fines mismos de la democracia y de la vida política han sido replanteados. Estos cambios de la vida democrática y de los medios de comunicación han creado lo que Alejandro Muñoz y Juan Ignacio Rospir denominan un sistema político de ‘democracia sin ciudadanos’. Para entender esto es importante destacar que esta democracia mediática se caracteriza por ser una democracia del espectáculo y la

¹²⁶ CÓRDOVA DE ALCÁZAR, G., *Anatomía de los golpes de Estado: la prensa en la caída de Mahuad y Bucaram*, Quito, Abya-Yala, 2003, p.103.

¹²⁷ *Ibid.*

¹²⁸ MANIN, B., *Los principios del gobierno representativo*, Barcelona, Alianza Editorial, 2010, p. 268.



opinión. Es decir, lo que Bernard Manin prefiere llamar ‘democracia de audiencias’¹²⁹.

Este es el resultado de un paralelismo entre la vida política y mediática. La aparición de la televisión ha marcado el ritmo de la actualidad, haciendo que la política dependa más que nunca de los medios de comunicación. “La televisión es el gran foro público donde se debate lo que a todos atañe y donde se libran las batallas por el poder”¹³⁰. Pero actualmente no solo es el campo de batalla sino también el arma y el actor que busca asegurar la victoria. En este trabajo la televisión es vista como el punto de partida del compás que va a marcar los cambios de comunicación política, y por tanto, el cambio en el accionar político. No es concebida como una invención que fortalece los procesos de homogenización y empobrecimiento de la capacidad de entender la realidad¹³¹. Porque al concebir a los medios de comunicación política como actores políticos, su accionar y su influencia sobre la opinión pública está atravesada por una serie de fuerzas que colindan con el campo político, haciendo de este un campo complejo.

El crecimiento de los medios de comunicación de masas y en especial de la televisión, que ha logrado convertirse en la principal fuente de información política con un público masivo, ha modificado la vida gubernamental y política, y por tanto la democracia en sí misma¹³².

¹²⁹ *Ibid.*

¹³⁰ MUÑOZ, A., ROSPIR, J., *Democracia mediática y campañas electorales*, Barcelona, Ariel, 1999, p.15.

¹³¹ SARTORI, G., *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Santillana, 2012, p. 47.

¹³² En la mayoría de países la publicidad televisiva se emplea para generar apoyo popular a los partidos políticos, candidatos y programas políticos (SWANSON, D., “El campo de comunicación política. La democracia centrada en los medios”, en MUÑOZ, A., ROSPIR, J. (dir.), *Comunicación política*, Madrid, Universitas, 1995, p. 4).

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Para David Swanson, la democracia centrada en los medios de comunicación ha moldeado la actuación de los gobiernos y sus directrices políticas, que se evidencian en tres puntos:¹³³

- La intrusión de los medios y la incorporación de nuevas estrategias centradas en los medios, en la política y el gobierno, constituyen un proceso y no un procedimiento.
- El proceso de cambio de cada país está condicionado por el entorno nacional pero también por las innovaciones en comunicación política.
- Los cambios en comunicación política tratan desde la academia a esta disciplina como un estudio interdisciplinar que genera perspectivas más amplias sobre el tema.

Como menciona Manin, hay una nueva forma de gobierno representativo emergiendo, que crea “un nuevo protagonista en la discusión pública, el votante flotante (personas que no siempre votan por el mismo partido político), y un nuevo foro, los medios de comunicación”¹³⁴.

El punto de este giro está en el surgimiento de la televisión, ya que ésta, al tener una audiencia masiva, se ha configurado como una fuerza política importante, reforzando su papel de intermediario entre los políticos y el pueblo. Sin embargo, Swanson nos dice que estos vínculos que tejó la televisión fueron debilitados por la creciente privatización de los medios de difusión, que han replanteado su función llevándola hacia los intereses comerciales. Es esta situación la que rompe los lazos de la prensa partidista con determinadas posturas ideológicas¹³⁵. Es por ello, que

¹³³ SWANSON, D., “El campo de comunicación política. La democracia centrada en los medios”, en MUÑOZ, A., ROSPIR, J. (dir.), *Comunicación política*, Madrid, Universitas, 1995, p. 4.

¹³⁴ MANIN, B., *Op. cit.*, p. 284.

¹³⁵ SWANSON, D., *Op. cit.*, p. 12.



cautivar a grandes audiencias se ha convertido en el principal objetivo de estas empresas para justificar su rentabilidad. Y es precisamente esto lo que ha desencadenado una serie de cambios en los diferentes niveles de lo político (comportamiento electoral, habilidad para gobernar, confianza ciudadana, valores políticos, etc.). Tanto en Ecuador como en Venezuela los medios de comunicación no presentan un ejercicio del periodismo ligado a las ideologías políticas sino, más bien, a un escenario de intereses económicos que confluyen con los políticos, pero que principalmente se rigen por el mercado; por lo cual, en un principio, se los define como comerciales, no partidistas. Esto se debería a la propia estructura mediática de estos países y la evolución de la comunicación y la política hacia el marketing político. Es por ello que Swanson, en sus planteamientos sobre cómo la política se ha resignificado, asegura que es imprescindible prestar atención a los cambios exógenos que han cambiado el rumbo de la comunicación política.

De acuerdo a JayBlumber y Dennis Kavanagh estos obedecerían a una mediatización de la vida pública, porque ahora son los medios los que construyen la esfera pública, pero sobre todo a un proceso de modernización (caracterizado por una fragmentación social, de intereses y diferencias sociales) y de secularización (la escasa credibilidad de los partidos y su relación con el poder económico han desarrollado un ciudadano escéptico). Empero, también mencionan otras características como la estetización (preocuparse por la imagen) y la racionalidad de la política (los tecnócratas) que se han desarrollado junto a este nuevo votante flotante¹³⁶.

En esta línea confluyen también las ideas de Swanson, Hallin y Mancini; que con sus estudios comparados han logrado aportar en los trabajos sobre las tendencias

¹³⁶ BLUMLER, J., KAVANAGH, D., “The third age of Political Communication: Influences and features”, en *Political Communication*, 1999, n° 16, pp. 210-211.



en materia de comunicación política. En ellos, se ve claramente como la cultura política, las instituciones, los actores, su historia y las circunstancias actuales definen este campo. Para ello, los autores hacen hincapié en la creciente homogenización global del sistema mediático y la esfera pública, que se centra en las relaciones entre los medios y el sistema político. Pero que no depende solo de agentes externos, sino también internos al sistema propio de cada país.

Para Hallin y Mancini, la teoría del imperialismo cultural consta como un agente externo de influencia, que observa cómo los avances capitalistas de los países desplazaron a las culturas locales, reemplazándolas por una cultura estandarizada con repercusiones sobre el consumo y con el dominio de una política hegemónica americana. A este proceso los autores denominan ‘americanización’. Un sistema de mercado homogeneizador y movilizador con inferencias en los procesos sociales internos, al punto de personificar la política y exportar los modelos americanos sobre las campañas electorales¹³⁷.

No obstante, el término ‘americanización’ ha sido contrapuesto con el de ‘modernización’. Ambos conflictivos al tratar de entender los cambios en comunicación política a nivel mundial.

Desde la perspectiva europea se cree que la palabra americanización muestra un proceso unidireccional, un producto de exportación desde los Estados Unidos, que niega la existencia de un proceso endógeno en la sociedad europea, dotándolo de características exógenas. Mientras que el término modernización acarrea una connotación evolucionista, dando por sentado que el cambio es equivalente al

¹³⁷ HALLIN, D., MANCINI, P., *Op. cit.*, pp. 26-27.



‘progreso’¹³⁸. Para entenderlo mejor, desarrollan dos elementos de globalización que tendrían sus raíces en Europa:¹³⁹

- La integración europea, con la televisión sin fronteras de 1989, creó un mercado audiovisual común, que requirió de la regulación entre países.
- La ley europea debilitó la temprana multiplicidad de políticas de comunicación y modelos de relación entre los medios y la política nacional. Una característica que estuvo muy ligada a la internacionalización de la propiedad o titularidad de los medios de comunicación.

Para los autores, esta transformación de la comunicación política es consecuencia de la caída de un viejo orden político y el surgimiento de una sociedad fragmentada e individualista.

“La Iglesia ya no es capaz de controlar la socialización o el comportamiento de la población ahora atraída por los valores e instituciones que trascienden el campo de la fe, entonces los partidos, los sindicatos y otras instituciones que estructuraban el orden político, no son capaces de hegemonizar el curso de la vida comunitaria de los ciudadanos”¹⁴⁰.

A esto es lo que se denomina la ‘secularización’ de la política, que se traduce en una baja relación entre los votantes y los partidos políticos, que ha minado los niveles de identificación y compromiso, dando paso a un vaciado de convicciones ideológicas que crean un votante susceptible de persuasión. En palabras de Swanson “es un paso de la política sacra o sagrada a la política secular”¹⁴¹. Un proceso que ha

¹³⁸ “Un componente importante de la perspectiva de la modernización es la idea de la importancia de la solidaridad de grupo y el papel central que los grupos sociales organizados están dando a engrandecer el individualismo” (*Ibid.*, p. 28).

¹³⁹ *Ibid.*

¹⁴⁰ *Ibid.*, p. 29.

¹⁴¹ SWANSON, D., “Transnational trends in political communication: Conventional views and new realities”, en ESSER, F., PFETSH, B., *Comparing political communication: theories, cases, and challenges*, Cambridge, University Press, 2004, p. 46.

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

estado acompañado por un declive de los partidos de masas, y su reemplazo por los partidos *catch all* o *electoral-professional party*¹⁴².

Hallin y Mancini creen que la secularización de la sociedad, es decir este alejamiento de los partidos políticos de la religión, ha declinado los niveles de identificación social y política que promovían el voto partidista. Y ligan este fenómeno a una serie de procesos sociales en Europa y cambios en el periodismo¹⁴³. ¿Pero podría hablarse de procesos similares en Latinoamérica, principalmente en Ecuador y Venezuela?

Como vemos en la Tabla 3, es a partir de los años 60 cuando el proceso de modernización aumenta la complejidad y la diferenciación social. Y aunque existen diferencias entre Europa y América Latina, sí existe un crecimiento o expansión mediática que altera el flujo informativo político y que construirá nuevas lógicas de voto. Sin embargo, en esta comparación quedan dos temas fundamentales por resolver que son, la secularización y el clientelismo político.

Tabla 3

COMPARATIVO: PAÍSES DEL MEDITERRÁNEO Y AMÉRICA LATINA

EUROPA – PAÍSES DEL MEDITERRÁNEO	AMÉRICA LATINA
En los años 60 la expansión del capitalismo tuvo un fuerte impacto en el crecimiento económico europeo que erosionaron las bases tradicionales de apoyo a los partidos políticos.	A finales de los años 60, inicios de los 70 América Latina recién vivía un proceso de crecimiento de una incipiente industria enmarcado en una crisis producida por la sustitución de importaciones. Esto llevó al auge de gobiernos populistas de corte progresista. Que sin duda ya eran reflejo de un declive de los

¹⁴² HALLIN, D., MANCINI, P., *Op. cit.*, p. 30.

¹⁴³ HALLIN, D., MANCINI, P., *Op. cit.*, pp. 31-38.



	partidos políticos.
Declive del sistema de patronazgo causado por la integración económica y las presiones en los presupuestos del gobierno; cortaron la capacidad de los partidos para proveer de incentivos materiales a sus partidarios.	Esto solo sucedió en América Latina a partir de los años 80. Primero en Chile con Pinochet cuando se aplicó la doctrina del shock y después se extendió a la región.
La inmigración debilitó el antiguo orden partidista, porque las nuevas poblaciones no estaban integradas en los grupos de base tradicionales, conduciendo a la desafección de los partidarios tradicionales.	La inmigración fue resuelta con regímenes populistas que integraron rápidamente a los grupos campesinas que llegaban a la ciudad.
Hubo un cambio de discurso periodístico distinto del discurso de los partidos y los políticos (1960-1970). Se volvió más independiente. Este cambio tiene lugar gracias a factores como: estabilidad política, incremento en el nivel educacional que permitió un cambio en la cultura general hacia los valores pos materialistas de participación y de libertad de expresión, el incremento de la experiencia crítica en el periodismo es un efecto de estos profundos cambios sociales.	Desde los años 60 hasta finales de los 80 rigieron las dictaduras, por tanto, la estabilidad política y la libertad de expresión no fueron características de la época. Sin contar con que los niveles de alfabetismo seguían siendo bajos en relación a Europa.
<p>Cambios internos en el sistema de medios contribuyeron al cambio en el rol político del periodismo.</p> <p>-Incremento en el nivel educacional de periodistas que hizo de éstos más analistas y críticos.</p> <p>-Aumenta el tamaño de las empresas de información, proveyendo de especialización y recursos para la cobertura y la producción de noticias.</p>	Paradójicamente, aunque se vivía la época dictatorial, si hubo una expansión mediática que se caracterizó por la comercialización y la multiplicación de canales que erosionaron en un incremento de las industrias culturales con consecuencias en el flujo de ideas políticas y de información.

Fuente: Elaboración del autor



Si bien los partidos políticos ya no son capaces de responder ante una sociedad fragmentada, en Latinoamérica aún no podemos hablar de un pleno proceso de secularización, porque son culturas que han estado más ligadas a lo religioso desde sus orígenes. Además, en ellos influyen según los autores un factor importante que es la educación y nuevos intereses pos materialistas que construyen un votante consciente y racional en las campañas profesionales. Empero, en América Latina, caracterizada por niveles de alfabetización bajos e intereses aún relacionados con las necesidades básicas, sobre todo en los estratos más bajos, como resultado de una gran brecha en la riqueza. Este proceso de secularización solo podría hacerse evidente con el resurgimiento de un nuevo comportamiento de los partidos. En Ecuador y Venezuela se observa cómo el desarrollo de nuevas formas de agrupaciones se traduce en nuevas alianzas políticas, con la finalidad de refrescar la imagen del partido, simulando ser alianzas más alejadas de una línea ideológica, con tendencias a ser partidos *catch all*.

2.7. LA VIDEOPOLÍTICA

Años atrás, las cabezas visibles de los partidos políticos constituían una fuente verídica en la interpretación política del país. Hoy, la crisis de partidos cambió el escenario. Los medios forman parte del panorama actual donde la televisión ha tomado un papel fundamental. Las razones:

- La televisión determina valores y patrones de juzgamiento¹⁴⁴.

¹⁴⁴ PALEZ and ENTMAN citado en DE LIMA, V., "Brazilian Television in the 1989 Presidential Campaign: Constructing a President", en SKIDMORE, T. (ed.), *Television, Politics and the Transition*



- La televisión nos dice lo que debemos percibir del mundo y lo que nosotros debemos pensar sobre la política¹⁴⁵.
- La televisión, marca la agenda temática y establece los parámetros en los cuales se realizan los procesos electorales¹⁴⁶.
- La televisión constituye un papel fundamental en las campañas electorales¹⁴⁷.

Estas son las apreciaciones de varios autores que ponen a prueba a la televisión como la fuente más confiable de entretenimiento e información. La videopolítica (entendida como la política a través de la imagen o la televisión), ha puesto en evidencia la injerencia de los medios de comunicación televisivos en la esfera pública dentro de la cultura política, al ser éste un fuerte componente en la transformación de la opinión pública y la configuración de marcos de interpretación política.

Pero no solo los espacios informativos son ejes de referencia política en cuanto a programación, sino también espacios como las telenovelas y el espacio publicitario. Es así que tras un estudio realizado en Brasil, Mauro Porto asegura que las telenovelas “son en realidad uno de los foros fundamentales de la construcción de

to *Democracy in Latin America*, Washington and Baltimore, The Woodrow Wilson Center Press, y The Johns Hopkins University Press, 1993, pp. 97- 118.

¹⁴⁵ MEYROWITZ citado en DE LIMA, V., “Brazilian Television in the 1989 Presidential Campaign: Constructing a President”, en SKIDMORE, T. (ed.), *Television, Politics and the Transition to Democracy in Latin America*, Washington and Baltimore, The Woodrow Wilson Center Press, y The Johns Hopkins University Press, 1993, pp. 97- 118.

¹⁴⁶ DE LIMA, V., “Brazilian Television in the 1989 Presidential Campaign: Constructing a President”, en SKIDMORE, T. (ed.), *Television, Politics and the Transition to Democracy in Latin America*, Washington and Baltimore, The Woodrow Wilson Center Press, y The Johns Hopkins University Press, 1993, p.101.

¹⁴⁷ Hoy la viejas prácticas como la personalización de las campañas y las prácticas modernas como el uso mediático y el carisma de los postulantes ha transformado la construcción de los mensajes en época electoral. (DE LA TORRE, C., CONAGHAN, C., *Presidential Election: The Hybrid Campaign: Tradition and Modernity in Ecuador's 2006*, The International Journal of Press/Politics, 2009, p. 336).

una hegemonía cultural y política que es simplemente contradictoria”¹⁴⁸. No obstante, esta es una apreciación particular de este país gracias a la gran industria cultural de la misma, mientras que Ecuador no ha podido desarrollarse en este ámbito con telenovelas de calidad y de aceptación popular, situación que sí es diferente en Venezuela, donde su producción es alta; pero aún quedaría por estudiar la incidencia de estas en la vida política. Por lo cual, se ha considerado solo el ejemplo brasileño donde la producción de este género es reconocida por su realismo y por la discusión abierta de temas políticos, lo cual hace relevante su difusión en cuanto a la representación de temas sociales y políticos¹⁴⁹.

Por otro lado, el espacio publicitario contribuye considerablemente en la configuración de marcos de interpretación. Y esto se evidencia a través del tiempo en televisión que el Tribunal o Consejo Electoral de los países otorgan a la difusión de las propuestas de los postulantes políticos. Para Venicio Lima, este espacio es de suma importancia, sobre todo para los partidos pequeños, puesto que tiene la finalidad de captar votantes. El manejo de este espacio puede ser determinante en las votaciones. Ejemplo de esto es cómo Lula Da Silva duplicó la cantidad de votantes en la primera vuelta¹⁵⁰.

Finalmente, a través de la producción de noticias vemos que estas tienen un papel fundamental en la construcción del imaginario político. Por lo cual, la narración se convierte en una forma de expresión cultural desde el periodismo.

Esto demuestra que el perseguir los intereses de los medios, sean estos políticos o económicos, hacen deficiente el periodismo de *watchdog*, frente a

¹⁴⁸ PORTO, M., “Telenovelas, política e identidad nacional en Brazil”, en *Ecuador Debate*, n° 49, 2000, p. 205.

¹⁴⁹ *Ibid.*, p. 209.

¹⁵⁰ DE LIMA, V., *Op. cit.*, p.113.



empresas que no responden a una línea ideológica determinada con una carencia de valores ético-profesionales en el ejercicio periodístico.



3. PARALELISMO POLÍTICO: POPULISMO E ILIBERALISMO

3.1. EL POPULISMO COMO FORMA DE GOBIERNO

Gino Germani, propone que el populismo nace de un periodo de crisis normativo que supone una serie de cambios y alteraciones en varias esferas. Dos de las más importantes son: en el orden moral y el político. Los efectos que traería el cambio de la sociedad tradicional a la sociedad de masas ligada a un salto de la sociedad tradicional a la industrial, pone en entredicho la crisis de personalidad, que de acuerdo a Germani se fundamenta en que las personas le han restado credibilidad a las normas del pasado. En el mundo industrializado alterado, éstas ya no tienen cabida. Es por ello que el escenario pone en riesgo la capacidad del hombre sobre la reflexión y la elección. En lo político destaca una crisis de crecimiento de las instituciones democráticas en el que las minorías y mayorías reclaman su espacio en la participación política. Los cambios radican en que las comunidades locales, por ser más pequeñas, facilitaban el ejercicio político, mientras que en las sociedades de masas se hace presente la inaccesibilidad a la actividad política. De no permitir que el gobierno de las minorías se convierta en verdaderas democracias, entonces no se podrá evitar la concurrencia de los gobiernos tiranos¹⁵¹.

¹⁵¹ GERMANI, G., *Política y Sociedad en una Época de Transición*, Buenos Aires, Paidós, 1968, pp. 314- 315.



La transición de sociedades tradicionales a las modernas es criticada por Ernesto Laclau, quien también critica a Torcuato di Tella¹⁵² por compartir con Germani ciertos elementos sobre el populismo. Para Laclau, el ligar el populismo a una etapa determinada en el pasado sería un error, porque en la historia hemos visto cómo sociedades desarrolladas han vivido el populismo, y cita al *qualunquismo* en Italia y al *pojuadismo* en Francia. Además, señala que existen inconsistencias sobre una significación teórica de lo que es sociedad “tradicional” y “moderna”, lo que impide que el populismo sea entendido más allá de su relativo progreso en dicha transición. Laclau entiende al populismo como una “forma de expresión política de los sectores populares cuando no han logrado consolidar una organización autónoma y una ideología autónoma de clase”¹⁵³. En esta línea, también se sitúa Kenneth Roberts, quien señala que el populismo no está asociado a momentos históricos determinados, en especial si éstos son económicos, ya que sugiere que la indisciplina fiscal que es considerada como una característica meramente del populismo, es permanente en los gobiernos¹⁵⁴.

A estas apreciaciones se suman otras características que le han dado al populismo el carácter de paternalista y clientelista. Por ejemplo, la crisis institucional es una característica en consenso, citada por muchos autores en el momento de describir el escenario que propiciará este movimiento multclasista. Pero existen puntos divergentes que amplían el escenario sobre el cuál podría surgir el populismo. Es así como Gino Germani construye el panorama basado en: a) los intereses genuinos de los grupos sociales en una perspectiva histórica, b) la insatisfacción en el

¹⁵² DI TELLA, T., “Populism and reform in Latin America”, en VELIZ, C. (comp.), *Obstacles to change in Latin America*, Londres, Oxford University Press, 1965, pp. 47-74

¹⁵³ LACLAU, E., *Política e Ideología en la Teoría Marxista*, México, Siglo XXI, 1978, p. 177.

¹⁵⁴ ROBERTS, K., “El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina”, en MACKINNON, PETRONE, *Populismo y Neopopulismo en América Latina*, Buenos Aires, Eudeba, 1998, p. 379.

cumplimiento de las demandas, y c) los medios de información y de comprensión acerca de la situación social en el paso de los años¹⁵⁵. Bajo estos términos, Germani ve el nacimiento del populismo en el cambio estructural brusco, del paso de la sociedad tradicional a la moderna, que rompe la integración normativa produciendo una anomia entre los obreros. Sin embargo, Laclau destaca que esa reacción es entendible y natural, porque en el periodo de transformación que señala Germani, las masas se ven impulsadas a participar en la política sin tener una “conciencia de clase”, siendo estas “políticamente vírgenes”. Laclau desarma el argumento de Germani acotando que el populismo no es una “expresión del atraso ideológico de una clase dominada, sino, por el contrario, expresión del momento en que el poder articulador de esa clase se impone hegemoníicamente sobre el resto de la sociedad”. Con lo que Laclau nos dice que el populismo no está ligado a momentos sociales o económicos particulares en la historia¹⁵⁶.

Por otro lado, Agustín Cueva contrapone su tesis con la de Laclau, diciéndonos que el análisis del populismo debe nacer desde un punto de vista político y no meramente clasista. Hace la crítica a Laclau al acotar que el populismo toma forma en el discurso ideológico bajo formas antagónicas, con lo que se estaría retrocediendo a una fase premarxista¹⁵⁷. En consecuencia, para Cueva el populismo es concebido como una forma de ideología, porque es a través de ella que logra activar a las masas, mientras que para Laclau es el discurso marxista acerca de la lucha del pueblo sobre los oprimidos, lo que generaría el populismo.

Pero la crítica de Cueva a Laclau también suma los argumentos de Germani, puesto que ve una interpretación “político-ideológica” superflua, que ha pasado por alto varias consideraciones marxistas del populismo en América Latina. “Conviene

¹⁵⁵ GERMANI, G., *Op. cit.*, p. 327.

¹⁵⁶ LACLAU, E., *Op. cit.*, pp. 182-189.

¹⁵⁷ CUEVA, A., *Las Democracias Restringidas de América Latina*, Quito, Planeta, 1988, p. 101.



recordar que el populismo latinoamericano no surgió en cualquier momento histórico ni en un contexto carente de determinaciones estructurales”¹⁵⁸. Para Cueva, el populismo nace como un movimiento caudillista que resulta de una carencia de organización de las bases en la construcción de un partido de masas.

Una relación directa, cuasi personalista, es el atributo principal que se les otorga a los gobiernos populistas entre el líder y las masas. Es a raíz de este contacto más cercano, se consigue la ilusión de un gobernante del pueblo para el pueblo. Es ahí donde se construyen las políticas clientelares y paternalistas que permitirán sostener el populismo. Por ello, Cueva nos habla de una relación basada en la manipulación de los líderes burgueses a las masas para el enfrentamiento de los sectores dominantes, como resultado de una crisis oligárquica que se presenta por factores externos, como el capitalismo, y factores internos como la lucha de clases. Esta manipulación hace del populismo un proceso obrerista, antioligárquico y nacionalista que pierde sentido cuando se han cumplido las demandas de lo que él llama “la revolución pasiva” de la burguesía¹⁵⁹. Laclau también pone en manifiesto la presencia de las clases dominantes y su accionar represivo sobre los sectores dominados que buscan la hegemonía, fusionando la ideología social con la democrática¹⁶⁰.

En sus inicios Laclau nos hablaba de un populismo con bases ideológicas, pero con los años le da un carácter más político, acotando que “el populismo no tiene un contenido específico, es una forma de pensar las identidades sociales, en un modo de articular demandas dispersas, una manera de construir lo político”¹⁶¹. Se mantiene firme sobre el populismo como una respuesta a la emergencia de las bases sobre una

¹⁵⁸ *Ibid.* p. 105.

¹⁵⁹ *Ibid.*, pp. 107-110.

¹⁶⁰ LACLAU, E., *Op. cit.*, p. 203.

¹⁶¹ LACLAU, E., “Populism: What’s in a name?”, en PANIZZA, F. (ed.), *Populism and the Mirror of Democracy*, Londres, Verso, 2005, pp. 32- 49.

insatisfacción en el cumplimiento de las demandas, pero destaca que en la representación de las masas para el cumplimiento de sus exigencias, se condensa el nombre del líder que toma el lugar de un significativo vacío. Es la persona que tome este lugar quien podrá llevar a cabo la hegemonización y movilización de las masas. Para Kenneth Roberts, esta figura personalista y paternalista, no debe ser necesariamente carismática. Lo importante es utilizar adecuadamente un discurso antielitista que exalte a las bases¹⁶². Un factor fundamental en la relación de los dominantes y los dominados para la construcción del populismo.

3.2. POPULISMO Y ANTILIBERALISMO: UNA RELACIÓN DE MUTUA IMPLICACIÓN

Agustín Cueva rechaza un acercamiento del populismo con el liberalismo. No obstante, Kenneth Roberts evalúa la coexistencia del populismo con el populismo liberal o neopopulismo al analizar el caso peruano con Fujimori, asegurando que estas dos corrientes pueden coexistir, ya que al final, la política de ambas consiste en la fragmentación social para facilitar la dominación de las masas que refuercen la necesidad de dependencia¹⁶³. Empero, Roberts alerta sobre las limitaciones que genera el neopopulismo en la organización y la participación de los ciudadanos en el ejercicio de la política, que podría augurar un desenlace autoritario¹⁶⁴.

Para Roberts, el populismo es el resultado de una “debilidad crónica que presentan las instituciones políticas” y que se profundiza de acuerdo al contexto

¹⁶² ROBERTS, K., *Op. cit.*, p. 381.

¹⁶³ *Ibid.*, p. 403.

¹⁶⁴ *Ibid.*, p. 404.



social y la presencia de liderazgos. Es por ello, que destaca como núcleo del concepto de populismo 5 rasgos característicos: 1. Un líder carismático, personalista y paternalista; 2. Una coalición policlasista; 3. Un proceso de movilización; 4. Un ideología amorfa y ecléctica; y 5. Un proyecto económico redistributivo y clientelar¹⁶⁵.

Así, Roberts identifica históricamente dos olas populistas surgidas en las dos grandes transiciones políticas y económicas. La primera, en 1930, con la transición entre los gobiernos oligárquicos y las economías agroexportadoras a un sistema de masas y la Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI). Mientras que la segunda, parte de la transición del modelo desarrollista al modelo neoliberal. Éste último marcado por una crisis económica y debilidad de los partidos de masa y organizaciones laborales; un escenario que dio paso al nacimiento de *outsiders*¹⁶⁶.

La lógica populista deviene de una suerte de refundación democrática inserto en un proceso de movilización popular de abajo hacia arriba. No obstante, tanto en Ecuador como en Venezuela, en los gobiernos de Nicolás Maduro y de Rafael Correa no se ha logrado construir una base popular que sostengan estos procesos, a diferencia del gobierno de Hugo Chávez.

Empero, cabe destacar que en estos países, los gobiernistas optaron por construir una lógica dicotómica del espacio social. El discurso empleado divide a la sociedad en dos campos antagónicos, los simpatizantes del gobierno y los “contrarrevolucionarios”. Lo contradictorio en la lógica populista es que, si bien ellos dicen buscar una unificación conciliadora del pueblo, existe en la práctica una construcción de imaginarios opositores. Una herramienta que han desarrollado para fortalecer sus liderazgos en oposición a las élites o a los medios de comunicación,

¹⁶⁵ *Ibid.*, p. 381.

¹⁶⁶ *Ibid.*, p. 57.



llevando una campaña de deslegitimación basada en la crítica a una prensa catalogada “corrupta”, excusa con la cual han forjado un sistema mediático estatal fuerte.

Ecuador y Venezuela asisten a gobiernos con figuras caudillistas que se muestran como líderes morales, mesiánicos y patriotas; que exhortan al pueblo a ser seguidores de este plan revolucionario, de refundación y democratización. Estos líderes carismáticos construyen sociedades morales que dignifican a quienes estén con el régimen, estableciendo un solo camino hacia la conversión de verdaderos patriotas. Esta visión de moral e identidad propicia entre la sociedad una lógica separatista y clasista marcando escenarios excluyentes. La organización populista utiliza tácticas de movilización masiva que se oponen a otros grupos de presión, usan los derechos de las minorías como instrumento o procedimientos democratizadores ante sus opositores. Por ello emplean los plebiscitos como la expresión de la voluntad popular. En consecuencia, el control de la esfera pública es fundamental para mantener altos los índices de popularidad y confiar en el voto electoral. Por otro lado, la desinstitucionalización de la autoridad y la representación política es otra de las características propia del populismo, es decir, a la falta de implementación de otra “identidad propia” que sea diferente a la del líder, la formación de identidades rivales que descentralicen el poder de toma de decisiones¹⁶⁷. En consecuencia, cambia la racionalidad de los partidos políticos por una conexión directa del líder con los movimientos, facilitando el acercamiento entre las partes. El líder se torna en una figura que puede encarnar la voluntad popular, como el derecho de la mayoría para gobernar expresados en su persona; por tanto tiene el derecho a imponer¹⁶⁸. De esta forma, los gobiernos populistas han alimentado la concentración de poder y de

¹⁶⁷ HAWKINS, K., “La organización populista. Los Círculos Bolivarianos en Venezuela”, en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, pp. 128-129.

¹⁶⁸ PERUZZOTTI, E., “Populismo y representación democrática”, en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, p. 110.



recursos en el Ejecutivo, debilitando a las instituciones que eran intermediarias en la relación gobierno-pueblo.

Con el colapso del modelo desarrollista, la mayoría de países optaron por programas de reforma estructural o neoliberales, que en el caso de América Latina, tuvo que coexistir con el surgimiento de liderazgos populistas.

Los programas de reestructuración económica que apuntaban a la liberalización del mercado trajeron consigo precarización del trabajo, austeridad en el gasto público, etc. Esto hizo que las instituciones y los representantes de los partidos pierdan legitimidad, dando paso a la formación de *outsiders*. De esta forma el populismo se convirtió en la solución a la crisis de representación política y al descontento popular. Esta ola populista se vivió en América Latina con Alberto Fujimori en Perú, con Abdalá Bucaram en Ecuador, y Carlos Andrés Pérez en Venezuela.

El descontento popular dio paso a una nueva ola populista que se nutre de la crisis coyuntural y que promueve la democracia directa. Gobiernos populistas que tendrían orígenes schmittianos, ya que se oponen a un modelo de relación mediada entre el líder y pueblo. Con ello se impide el proceso de identificación, el cual es un requisito para la democracia según los parámetros de Schmitt¹⁶⁹.

Para Peruzzotti, la lógica schmittiana, desmantela las instituciones que suprimen las tensiones entre liberalismo y democracia, que son fundamentales para la construcción de la democracia¹⁷⁰. Vale destacar que Robert Kenneth defiende también esta línea sobre la coexistencia del populismo y el liberalismo, destacando

¹⁶⁹ SCHMITT, 1988, p. 29 citado en PERUZZOTTI, E., “Populismo y representación democrática”, en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, p. 99.

¹⁷⁰ PERUZZOTTI, E., *Op. cit.*, p. 113.



que el desgaste institucional y la combinación de exclusión social, forman el escenario propicio para los nuevos movimientos populistas de la era neoliberal.

La posición de Francisco Panizza destaca la relación del populismo con el discurso liberal–republicano, dado que éste produce políticas horizontales que propician la formación de nuevos actores sociales, sin rechazar el sistema de mediación que constituyen las instituciones como entes de representación¹⁷¹. El populismo democrático para Panizza se sustenta en incentivar la participación de las clases bajas dentro del proceso de toma de decisiones que descentralice el poder de un sólo sujeto político. En definitiva, rechaza la democracia directa, porque para él la democracia debe estar dada por una representación del líder ante el pueblo como “identidades de representados y representantes que se construyen en el mismo proceso de representación”¹⁷². Sin embargo, éste proceso no llega a completarse debido a las fisuras existentes entre populismo y democracia, que se hacen evidentes en la búsqueda por instituir un nuevo orden político, basado en la transición de la *plebs* al *demos*, dejando varias preguntas al margen: “¿quiénes son los miembros legítimos del *demos*, cómo se ejerce la soberanía y cuál es la fuerza constitutiva del nuevo orden?”¹⁷³. Es ahí donde se cuestiona el carácter democratizador del populismo.

Esta lógica de las campañas permanentes es adoptada constantemente en los gobiernos de Chávez y Correa, anteponiendo el discurso populista anti-elitista y anti-liberal, que considerado dentro de las características democratizadoras del populismo

¹⁷¹ PANIZZA, F., “Fisuras entre populismo y democracia en América Latina” en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, p. 80.

¹⁷² *Ibid.*, p. 92.

¹⁷³ *Ibid.*, p. 85.



de Roberts, le atribuye a este accionar como procesos democráticos que revitalización a las masas para su participación y reclamo de autonomía¹⁷⁴.

Contraponiendo las posiciones de los cuatro autores es fundamental resaltar que si bien el populismo tiene una fase redentora de la democracia a través de su factor incluyente de las clases sociales excluidas, también es cierto que el populismo va más allá de una mera crisis institucional. Su fase democratizadora no se hace efectiva dejando en la palestra procesos clientelares al mando de líderes personalistas y paternalistas que no resuelven las demandas en torno a la crisis de representación política.

El trabajo de Loris Zanata señala que el populismo tendría características antiliberales. Ella reconoce al populismo como un momento que surge de procesos de profunda, transformación social, y que persiste en la historia de América Latina debido a que esta es una sociedad “fragmentada, segmentada a partir del trauma de la conquista y de las espesas barreras étnicas y culturales que se fueron acumulando en sus sociedades, corresponde la crónica debilidad de las instituciones democráticas”¹⁷⁵. Desde una perspectiva cultural de la autora, Zanata concibe el populismo desde una lógica de movilización popular de abajo hacia arriba sosteniendo que el populismo tiene lugar en “los órganos funcionales de la sociedad y no en las típicas instituciones de la democracia liberal. Los populismos en el poder, de la comunidad organizada”¹⁷⁶.

¹⁷⁴ ROBERTS, K., “El resurgimiento del populismo latinoamericano” en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, p. 57.

¹⁷⁵ ZANATA, L., “El populismo, entre religión y política. Sobre las raíces históricas del antiliberalismo”, en *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 2008, Vol. 19, n°2, p. 35.

¹⁷⁶ *Ibid.*, p. 36.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Parte así de una postura antiliberal, al apartarse de la democracia representativa, hacia una participativa que desinstitucionaliza al Estado y lo minimaliza en una individualización y personalización de la política.

Otra de las características que señala Zanata es el profundo nexo de la cultura latinoamericana con el universo religioso que constituye un mecanismo de proximidad más efectivo que las propias instituciones democráticas. Los mecanismos institucionales quedan anulados y más sujetos a una élite cultural. La autora lo explica como una consecuencia de las raíces católicas de la época colonial.

Existe en el populismo una suerte de simulacro de democracia representativa que está asociada a lógicas clientelares y que contraponen una fuerte realidad democrática frente a una imaginada. Por ello, Zanata entiende desde la experiencia histórica de América Latina la fácil asimilación a los mecanismos de democracia directa, más que a las estructuras liberales. En consecuencia, afirma que las transformaciones de la sociedad latinoamericana han sido una prolongación de los procesos europeos y estadounidenses¹⁷⁷. No obstante, estos no han logrado erradicar la memoria histórica cultural de un pueblo secular.

“El populismo, aun en su modernidad, revela la debilidad histórica del *ethos* liberal en América Latina, su dificultad de afirmarse como aglutinante político más cautivante y promotor, a los ojos de una gran parte de la población, que el antiguo aliciente de una comunidad homogénea y tranquilizadora encarnada por el populismo, capaz de dar respuesta a la eterna búsqueda de sentido y pertenencia de los individuos y de los grupos humanos”¹⁷⁸.

Los gobiernos de Ecuador y Venezuela han manifestado en su discurso cómo sus procesos políticos han superado el neoliberalismo, que no solo desarrolló políticas económicas que perjudicaron a los sectores populares, sino que además dio paso al

¹⁷⁷ *Ibid.*, pp. 39-40.

¹⁷⁸ *Ibid.*, p. 42.



auge de empresas de comunicación privadas que consolidaron sus imperios comunicacionales en alianza con la clase burguesa. Por ello la refundación del sistema de medios es parte de una nueva lógica antiliberal.

El populismo sería la antítesis de la democracia liberal, en el cual persistió un estado burgués regulador, aunque flexible a las lógicas del mercado, para beneficio propio.

3.3. PARALELISMO POLÍTICO: POPULISMO Y SISTEMA MEDIÁTICO ILIBERAL

Este modelo considera como base el entender los sistemas mediáticos de Venezuela y Ecuador a partir de un paralelismo político entre el sistema de medios y el sistema político. Para ello, primero se reconoce que los países del presente estudio atraviesan en la historia más reciente por gobiernos populistas. Una categoría que no debe entenderse desde un punto de vista peyorativo, puesto que incluso académicos que estudian este proceso, lo definen como ambiguo.

El discurso populista ha estado considerado como un distanciamiento del modelo neoliberal, es por ello que el Presidente ecuatoriano habla del “fin de la larga noche neoliberal” en consonancia con una retórica de cambio marcada por el reconocimiento de los sectores populares y sus derechos. Tras una época marcada por el auge de los medios de comunicación privados y de las familias con presencia económica fuerte, se debe entender al liberalismo como la contraparte de un sistema que promueve la desmonopolización de la comunicación mediática y el acceso equitativo a la información. Condiciones a través de las cuales han transformado el

sistema mediático, desde uno controlado por la empresa privada a uno controlado por el Gobierno.

“El agigantamiento de las funciones del Estado en materia comunicacional, ya sea a través de la participación en la propiedad de medios o el gasto oficial en publicidad, es justificado como antídotos frente a la influencia desmesurada y perniciosa del mercado”¹⁷⁹.

Para Silvio Waisboard, “el populismo descrea de la noción de la prensa como cuarto poder”¹⁸⁰, asegurando que el populismo critica la posición mediática sobre una libertad de prensa que en realidad es una libertad de empresa, ya que defiende sus propios intereses. En consecuencia, la intervención del Estado es clave para darle un cambio a la regulación del mercado que no ha generado condiciones democratizadoras para el sistema mediático.

A continuación, en la Tabla 4, se observa cómo el sistema mediático evoluciona de acuerdo con el sistema político del momento, evidenciando una transformación en sus diferentes ejes de acción.

Tabla 4

SISTEMA MEDIÁTICO Y SISTEMAS POLÍTICOS

	Liberalismo	Neoliberalismo	Ilberalismo
Regulación	Relación Mercado - Estado	Rige el mercado	El Estado intenta determinar al mercado
Propiedad	Alianzas públicas, o no, con el Estado para obtener créditos	Privatización de la propiedad mediática	Clientelar

¹⁷⁹ WAISBORD, S., *¿Qué pos-liberalismo? Liberalismo, populismo y comunicación pública*, Buenos Aires, Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC), 2014, p. 3.

¹⁸⁰ *Ibid.*



Libertad de expresión	Libertad de empresa	Derecho individual regulado por el mercado	Cientelar
Control sobre el sistema	Empresas público – privada	Empresa privada	Empresas gubernamentales - clientelares
Intereses	Particular	Particular	Ideológico – clientelar
Agencia¹⁸¹	Medio de comunicación	Empresa	Cliente

Fuente: Elaboración del autor.

Los principios de cada uno de los sistemas, liberal, neoliberal e iliberal permiten observar sus diferencias, dejando claro que éste último se constituye como opuesto al neoliberalismo y al liberalismo. Más no se debe entender como una superación de estos, sino como un momento distinto marcado por nociones clientelares. Una característica que define a cada una de las variantes expresadas en el cuadro anterior.

- Con una regulación por parte del Estado no solo a nivel normativo, sino además de forma clientelar, en el momento de sancionar o actuar según lo manda la ley. Es decir, que existe un ejercicio de la ley regido por el cálculo político y empleado como “castigo” para quienes no se alinean con los intereses gubernamentales.
- Vemos un uso clientelar de la propiedad mediática que acentúa la polarización social desde los medios privados y los medios gubernamentales, muchos de

¹⁸¹ “La agencia nos remite a la posibilidad de un acto político (...) En este sentido, lo otro de la agencia es el poder, como movimiento hacia la regularidad y la repetición. Así, en el acto político se produce una “inversión” del poder (...) La agencia no depende de la intención de los sujetos, y es anterior a ellos. No es, por tanto, una propiedad-capacidad de los sujetos. Nosotros añadimos: es una propiedad que emerge en las relaciones. Por ello sujeto y estructura van íntimamente ligados como mediadores y no solo hacedores de la acción política” (EMA, J., “Del sujeto a la agencia (a través de lo político)”, en *Athenea Digital*, 2004, n° 5).

los cuales han sido obtenidos bajo una perspectiva democratizadora del acceso a la información, pero que en la práctica ha llevado a la concentración mediática desde el Gobierno.

- Existe una libertad de expresión entendida como la defensa de posturas políticas e incluso ideológicas con repercusiones para los periodistas y para los medios según el tono de las noticias.
- El sistema mediático está regido por una gran presencia gubernamental que tiene su auge en los últimos años en Ecuador y Venezuela con los gobiernos populistas de Hugo Chávez y Rafael Correa.
- Los intereses de este nuevo sistema están enfocados en una línea de transmisión ideológica que sostenga la oposición de bandos a favor y en contra del gobierno de turno, reforzando esta idea desde la construcción sesgada de la información.
- La agencia es entendida como un sujeto moldeable al discurso y a las prácticas clientelares de los medios y los actores políticos.

En el iliberalismo, el Estado es entendido como el eje regulador y como una alternativa al mercado que no ha logrado saciar las necesidades democratizadoras del sistema mediático; por tanto, éste es el encargado de velar por la libertad de expresión.

“Mientras que el liberalismo, en sus diferentes versiones, desconfía o se opone a la “intromisión” estatal en el mercado de ideas, el populismo abraza un estatismo mediático para regular los sistemas de medios. Mientras que el populismo justifica la necesidad de legislar para fortalecer la “voz popular” frente a los intereses “oligárquicos/extranjeros” como grupos homogéneos y orgánicos (Muddle y Rovira 2012), el liberalismo pone en el énfasis en derechos individuales de comunicación. El primero ofrece una concepción de derechos comunicativos de colectivos, específicamente la expresión del pueblo, frente al individualismo medular del liberalismo. [...] Otro punto de división es el rechazo populista a la oposición liberal a la concentración de poder

comunicacional del Estado. Asumiendo la bondad infinita del Estado, el populismo cree en el poder ilimitado del Ejecutivo como instrumento para balancear las desigualdades comunicacionales existentes”¹⁸².

Otra de las características importantes del iliberalismo desde los medios de comunicación es el concepto de soberanía comunicacional, que privilegia el derecho comunicacional del pueblo sobre el de las empresas privadas. Es por ello que en los casos de estudio se observa un crecimiento de los medios comunitarios y específicamente en Ecuador se aprobó que en la Constitución se considere la comunicación como de servicio público. Esto después de que la Corte Constitucional no admitiera la demanda de inconstitucionalidad del artículo 71 de la Ley Orgánica de Comunicación, en la que se establece a la comunicación como un servicio público.

Para Marcelo Larrea, presidente de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, la comunicación es un derecho humano que no puede ser regulado por la administración pública.

“La pretensión de constituir la comunicación como un servicio público implica liquidar el derecho constitucional de los ciudadanos de crear medios de comunicación. La Constitución (art. 225) establece que los servicios públicos serán prestados exclusivamente por las entidades creadas por la Constitución, la ley o acto normativo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. En consecuencia, plantear este concepto en el contexto ecuatoriano implica que todos los medios de comunicación, incluidos El Telégrafo o los incautados GamaTV, TC, que no fueron creados bajo este principio, pasan a la condición de medios inconstitucionales”¹⁸³.

Larrea explica que una dependencia pública de los medios respecto del Estado establecería una censura previa. Por lo cual, esta categoría de los medios como servicio público podría ser empleada como otra forma de presión, más allá de las

¹⁸² WAISBORD, S., *Op. cit.*, pp. 10-11.

¹⁸³ *El Universo*, 5-10-2014



prioridades sobre la asignación discrecional de la publicidad oficial como herramienta clientelar y de presión política.

Waisbord cataloga este momento como el de las “democracias pos-liberales moldeadas por el populismo”, y asegura que existe en el populismo una serie de limitaciones en relación al sistema mediático que ponen en duda la calidad de la democracia. Una de ellas es:

“El populismo reduce la crítica a una sola opción, asumiendo falsamente la presunta unidad de los intereses del “campo popular” y los “enemigos”, desechando la crítica del poder público o de intereses aliados. La crítica no existe autónomamente sino que está inevitablemente atada a intereses políticos identificados. El populismo desecha la posibilidad de la crítica autónoma, libre de consideraciones partidarias o circunstanciales. Por su parte, el liberalismo asume que el mercado es el mecanismo idóneo para anclar la crítica, olvidando los tejidos de intereses mercantiles que debilitan los espacios para la crítica y las limitaciones propias de cualquier mercado capitalista de ideas”¹⁸⁴.

Esto marca una imposición de visiones homogenizantes que lo que hacen es minar la libertad de expresión y acentuar la falta de pluralismo externo. De esta forma, los medios privados refuerzan su posición política en el campo de poder constituyéndose como el contrapoder al gobierno de turno, en un intento por crear una heterogeneidad del discurso y una agenda mediática que no sea llevada solo desde la voz gubernamental.

Waisbord afirma que el pos-liberalismo reivindica principios democráticos de la filosofía liberal con su crítica al poder, y la necesidad de ponerle límites a éste. No obstante, no habla de una superación del liberalismo en la comunicación, ya que esto solo se aplicaría a sistemas regidos por la diversidad de contenidos y de espacios de comunicación. Por ello, identifica a los sistemas de medios moldeados por el

¹⁸⁴ WAISBORD, S., *Op. cit.*, p. 14.



populismo como pos-liberales, por su agudizada cercanía al liberalismo clásico. “El populismo entiende estrechamente e instrumentalmente la crítica del poder y la expresión de la diversidad, y considera la búsqueda de consensos una ilusión de la democracia liberal a ser superada”¹⁸⁵. No obstante, esta concepción sobre el populismo podría ser vista como tal en los inicios de los gobiernos populistas de Hugo Chávez y Rafael Correa, mas no en una fase más avanzada, como los últimos años de Correa y Chávez y su continuación con Nicolás Maduro hacia gobiernos totalitarios que propician un cambio en las relaciones de fuerza, aunque en diferente medida para Ecuador y Venezuela. Es así que en el primero se observa una reconfiguración del capital hacia las élites con una ilusión de participación e igualdad para la clase popular. Mientras que en Venezuela, durante la época de Chávez, se observó una base popular fuerte con respaldo al gobierno, mientras que en la etapa de Maduro predomina una decadencia de respaldo como consecuencia de un débil ejercicio del poder.

Claramente, hablamos de condiciones populistas con ejes de acción diferentes, pero que se sostienen en un mismo discurso. Condiciones como: el regreso de la injerencia del Estado con una baja institucionalidad, los simulacros democráticos y participativos a través de procesos electorales, la manipulación de la esfera pública mediante una maquinaria mediática importante, el clientelismo, son claves para entender el proceso político hacia el iliberalismo.

¹⁸⁵ *Ibid.*, p. 16.



3.4. CLIENTELISMO POLÍTICO Y CLIENTELISMO MEDIÁTICO

El clientelismo político es una característica que se desarrolla desde los 60's con el crecimiento de la clase media y de la sociedad civil, en los 70's con el surgimiento de nuevos movimientos sociales y organizaciones no gubernamentales y un proceso de comercialización que con la entrada de la televisión privada trastocó los temas político-ideológicos. El clientelismo es una pieza clave en los países latinoamericanos ya que el sector privado ve la información como un recurso privado. Con esa base, las instituciones mediáticas se politizan más y por tanto están más sujetas a presiones particulares o Estatales (subsidios)¹⁸⁶. La alta concentración económica de los sistemas mediáticos latinoamericanos ha propiciado una falencia en la visión de los medios como servicio público con lo cual no ha existido un contrapeso informativo que permita hablar plenamente del cumplimiento a la libertad de expresión.

Por mucho tiempo, las relaciones clientelares han socavado la imagen de los medios de comunicación y de los partidos políticos y han sido empleadas como recursos de los gobiernos populistas y de los medios para conseguir audiencia.

En un estudio de Hallin y Stylianos Papathanassopoulos, realizado en el 2002, que estudia comparadamente a algunos países de Europa (Grecia, Italia, España, Portugal) con otros países de América latina (Brasil, Colombia, México), destaca los elementos que constituyen el sistema mediático de estos países¹⁸⁷.

¹⁸⁶ HALLIN, D., PAPATHANASSOPOULOS, S., "Political clientelism and the media: southern Europe and Latin America in comparative perspective", en *Media, Culture & Society*, 2002, n° 22, p.183.

¹⁸⁷ *Ibid.*, pp.117-179.



- Bajos niveles de circulación de periódicos sobre todo en América Latina, que es más baja que en el sur de Europa.
- Tradición en la defensa de la información: en América Latina se prioriza la opinión antes que la información lo que acentúa las tendencias políticas, pero esto se ha extendido a la Europa continental.
- Instrumentalización de los medios de comunicación privados. Una larga tradición de emplear a los medios de comunicación como medios de presión política.
- La politización de la radiodifusión pública y la reglamentación de la radiodifusión. El gobierno de turno establece control sobre el sistema de radiodifusión pública a través de su influencia en los miembros del consejo nacional de televisión. Aunque en América Latina se observa también cómo en la televisión privada, gracias a la prensa comercial, se establecieron monopolios, más que la intervención estatal.
- Desarrollo limitado del periodismo como profesión autónoma. Instrumentalización de los medios por parte de las oligarquías, la industria y los partidos.

Con base en estas características, la teoría de Swanson sobre la tendencia del periodismo hacia una creciente independencia de las instituciones de los medios de información y de la cultura profesional periodística, no sería aplicable. Para él, una consecuencia del proceso de modernización de los medios de comunicación conlleva el avance hacia un periodismo políticamente neutral.¹⁸⁸ En términos de Manin:

“El hecho de que en la democracia de audiencias tenga una prensa políticamente neutral no significa que estos canales de información ofrezcan un reflejo no distorsionado de la realidad.

¹⁸⁸ SWANSON, D., “El campo de comunicación política. La democracia centrada en los medios”, en MUÑOZ-ALONSO, A., ROSPIR, J. (ed.), *Comunicación política*, Madrid, Universitas, 1995, pp. 13-14.

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Introducen sus propias distorsiones y perjuicios. Pueden tener incluso sus propias preferencias políticas, pero no están vinculados estructuralmente con los partidos que compiten por los votos”¹⁸⁹.

Como vemos, Manin coincide con la existencia de una prensa más neutral, pero sólo en la medida en que ésta no está relacionada con un partido político. Sin embargo, no ha considerado que los intereses económicos también sean una característica fundamental en su sesgo informativo. En consecuencia, tras haber identificado a los medios ecuatorianos y venezolanos como comerciales, la neutralidad de la información es poco aplicable no solo en los medios privados sino también en los públicos (que a pesar de ser comerciales se han politizado bastante con los Gobiernos de turno actuales). En esa línea, existe un descuido en evaluar los efectos en la calidad de la información que produjo la comercialización de los medios de comunicación, viéndolo desde lo político y no en su relación con lo económico. Además, este planteamiento obliga a pensar en los medios de comunicación dentro del ideal norteamericano de objetividad y servicio, cuando lo cierto es que su desarrollo solo nos muestra una creciente participación política, especialmente en el ámbito electoral y su tendencia clientelar en la construcción de escenarios afines a sus intereses económicos y políticos.

Si bien es cierto que hubo un quiebre directo con los partidos políticos, la comercialización o modernización de los medios de comunicación atrajo a la empresa privada, que actúa dentro del campo político con intereses particulares, para lo cual muchos han tejido también sus nexos con los partidos políticos o personajes políticos de forma coyuntural (principalmente se ha observado un apoyo a líderes carismáticos, sin mostrar un apoyo al partido, ya que deviene de una propuesta populista). En el

¹⁸⁹ MANIN, B., *Op. cit.*, p. 279.



caso ecuatoriano la banca jugó un papel importante en la historia mediática de los medios de comunicación, lo que tradujo en injerencia política.

Las características que nos muestran el sistema mediático global y local manifiestan que de la mediocracia es un proceso que se ha extendido a nivel mundial, pero que guarda en cierta medida componentes particulares y propios de cada país. Como el sistema mediático va de la mano con el desarrollo de la comunicación política, José Luis Dader, en 1999, ya manifestaba que en España el proceso de modernización en la comunicación mantenía rasgos tradicionales. Para entonces, España “aún no dependía de un dominio de las técnicas de marketing y una nata habilidad comunicativa y capacidad de influencia sobre los ciudadanos”¹⁹⁰. Mantenía esta teoría basado en una fidelidad ideológica, y estabilidad del voto tradicional, sobre todo en personas de más de 50 años. Además creía que un sistema electoral multipartidista, de listas cerradas y de gran regulación electoral (controles legales sobre los sondeos electorales, la publicidad política en televisión, distribución de espacios para los candidatos), obstaculizaba la formación de una personificación de la política.

Este tratamiento sobre la comunicación política también la comparten autores de América Latina al evaluar las campañas de la región. Silvio Waisbord, en Argentina, da fe de cómo la campaña electoral se desenvuelve entre un estilo nuevo y antiguo que conjuga la producción de un candidato mediático con el candidato cercano que aún aparece en mítines y ferias con largos discursos a los militantes políticos¹⁹¹.

¹⁹⁰ DADER, J., “Retórica mediática frente a cultura política autóctona: la encrucijada de la comunicación política electoral española ante la «americanización» y el pluralismo democrático tradicional”, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, 1999, n° 4, p. 74.

¹⁹¹ WAISBORD, S., “Secular Politics: The Modernization of Argentine Electioneering”, en SWANSON, D., MANCINI, P. (ed.), *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study*

Mientras que en Ecuador, Calos de la Torre y Catherine Conaghan, partiendo de un análisis de la campaña presidencial de 2006, evalúan las estrategias utilizadas por los políticos concluyendo que en este país también se reproduce este fenómeno híbrido en los procesos electorales. Para marcar esta categoría de ‘campañas híbridas’ se apoyan en los trabajos de Néstor García Canclini¹⁹², que identificaron la hibridación como una mezcla entre la tradición cultural y la modernidad en Latinoamérica. De esta forma, Conaghan y De la Torre observan como la política electoral del siglo XIX –que se basaba en el cara a cara de los políticos y los votantes– aún predomina en el Ecuador. Una forma que se hibrida con las nuevas tácticas de la política que conlleva el asesoramiento profesional, una exhaustiva campaña de marketing político y el uso de las encuestas de opinión.

En Ecuador, por ejemplo, existe una fuerte maquinaria comunicacional a cargo de la Secretaría Nacional de Comunicación, que es liderada desde 2009 por Fernando Alvarado, quien en una entrevista hecha por *El Universo*, expresó:

“Comentó que cuando empezó a colaborar con el presidente Rafael Correa le anticipó que los medios en el país eran “como la mala hierba”. Y le dijo: “Tiene dos opciones para relacionarse con los medios: o ser un jardinero eficiente, tenaz, constante para mantener podada la mala hierba, o dejarles un espacio y negociar con ellos”. El mandatario respondió, según Alvarado: “Yo quiero ser el jardinero hasta los últimos días de mi gobierno”¹⁹³.

Estas palabras denotan la política del gobierno frente a los medios de comunicación. Además acotó la línea política de los medios gubernamentales y la imposibilidad de que estos hablen mal del gobierno.

of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences, Westport, Praeger, 1996, pp. 223-224.

¹⁹² CANCLINI, G., *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990 (*passim*).

¹⁹³ *El Universo*, 25-08-14.



“Este Gobierno mira la comunicación desde otro punto de vista. El Gobierno es la representación más alta de la sociedad en su conjunto, y por lo tanto tiene el derecho, y además la obligación, de informar (...). Nosotros los concebimos como medios de Gobierno, y tenemos medios de Gobierno fuertes (...). Medios de Gobierno, (que) como yo siempre digo, (son) un medio institucional; jamás va a hablar mal del Gobierno, siempre va a hablar bien del Gobierno (...). Pero sí creemos fielmente y firmemente en los medios públicos totalmente independientes del poder de turno. Por eso les hemos dado a los medios públicos una estructura y una garantía muy fuerte para que tengan un presupuesto del Estado y no dependan del gobernante de turno (...). Entendemos que estamos en una lucha constante, y yo le decía en algún momento al directorio del medio público: Nosotros como Gobierno no queremos influenciar en absoluto en los contenidos del medio, pero sí tienen que entender la realidad histórica: nacieron con una propuesta de Gobierno, nacieron con una aprobación ciudadana de tal magnitud (...)”¹⁹⁴.

Considerando los planteamientos de Swanson y Mancini sobre la personalización de las campañas como un elemento moderno, los académicos refutan esta idea, apelando a las circunstancias sociales y políticas que en Ecuador y Venezuela han dado forma a muchos liderazgos populistas que han hecho uso de esta personalización de la política, basados en una larga historia de partidos políticos débiles¹⁹⁵.

Para ellos, la personalización de las campañas es un elemento híbrido que se desarrolla a través del empleo de una fuerte retórica que viene desde los populismos clásicos. Pero no solo ello, sino que también van acompañadas de caravanas motorizadas y caminatas que conectan al candidato con el votante en su medio natural de vida (propio de las campañas antiguas), y un despliegue de artistas y escenarios que animen a la multitud (propio de la sociedad del entretenimiento – las nuevas campañas). Otras características presentes en estas campañas son el contacto

¹⁹⁴ *El Universo*, 25-08-14

¹⁹⁵ DE LA TORRE, C., CONAGHAN, C., *Presidential Election: The Hybrid Campaign: Tradition and Modernity in Ecuador's 2006*, *The International Journal of Press/Politics*, 2009, p. 347.



clientelar a la antigua usanza y la emocionalización de la política, pero no en un marco trivial sino muy propias de las representaciones simbólicas e ideológicas de cada candidato¹⁹⁶. De esta manera se forma un *story telling* de los candidatos para afianzar los lazos de identificación.

Esto se hace evidente en su sistema mediático, donde se hacen públicas todas las estrategias de campaña y una instrumentalización de los medios por parte de los políticos para adquirir popularidad. En este espacio la personificación de la política y la cobertura política mediática al estilo *horserace*, buscan cautivar los votos ciudadanos. Un fenómeno denominado ‘massmediatización de la política’, ‘videopolítica’ o, en palabras de Omar Rincón, ‘televisación de la política’¹⁹⁷. Para él, el declive del discurso político (como género discurso dominante) causado por el uso televisivo sobre la política contemporánea, han hecho del discurso una constante argumentación racional, con largos debates de deliberación pública, con un público exigente que condena la simplificación del discurso político. Rincón nos muestra cómo la tele-política ha hecho de los candidatos un producto a ser diseñado (con una identidad, una personalidad, una marca) y consumido por un comprador/elector. En esta relación Rincón precisa que “no se prometen programas, no se convoca desde los partidos, no se busca al ciudadano; sólo interesa el elector como consumidor de un producto-imagen-individuo”¹⁹⁸.

Con esta tendencia a la personificación del poder, a la construcción de ‘personajes mediáticos’ con un mejor dominio de las técnicas de la comunicación mediática, Manin acota que existe un cambio en los programas de gobierno. Ahora los gobiernos intervienen en todas las áreas de la vida social, en especial la

¹⁹⁶ *Ibid.*, pp. 349-350.

¹⁹⁷ OMAR, R., *Comunicación política en América Latina*, Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, 2004, p. 2.

¹⁹⁸ *Ibid.*, p. 4.



económica, tomando decisiones muy concretas. Por lo cual, los candidatos en periodo electoral procuran no efectuar promesas detalladas que no los comprometan y que les den libertad para afrontar las complejidades del mundo contemporáneo.

“La naturaleza y el entorno de la actividad gubernamental moderna exige, por tanto, poderes discrecionales, cuya estructura formal puede ser comparada a la antigua noción del poder de ‘prerrogativa’. Locke definió la prerrogativa como el poder de tomar decisiones en ausencia de las leyes preexistentes. En el *Segundo Tratado*, afirma que la necesidad de un tal poder está justificada por el hecho de que el gobierno puede llegar a afrontar lo imprevisto...”¹⁹⁹.

Manin sugiere al votante que conceda a sus representantes cierta discrecionalidad frente a los programas políticos y destaca que esta desafección a propuestas concretas no es una práctica reciente, sino que se ha hecho más visible en la actualidad. Swanson al estudiar las consecuencias de una democracia centrada en los medios también observó cambios en el gobierno, resaltando que la actividad de gobernar se vuelve más visible, haciendo que los ciudadanos esperen más de sus representantes²⁰⁰. No obstante, cabe mencionar que algunos principios se ven alterados cuando se habla sobre un voto basado en la persona y no en el partido o el programa. Esto siembra la incertidumbre en el votante de lo que podría ser el nuevo gobierno. “En este sentido también el gobierno representativo parece haber detenido su progreso hacia el autogobierno popular”²⁰¹.

Finalmente, Manin considera que el gobierno representativo nunca ha sido más democrático como ahora, debido a un estrechamiento de la brecha entre representantes y representados, y una creciente influencia de las demandas ciudadanas en las decisiones de los gobernantes, aunque de carácter momentáneo. Para él, la democracia se ha ampliado, pero no se ha hecho más profunda²⁰². Quizá en ese escenario la fuente principal de esa debilidad son los medios de comunicación

¹⁹⁹ MANIN, B., *Op. cit.*, p. 270.

²⁰⁰ SWANSON, D., “El campo de comunicación política. La democracia centrada en los medios”, en MUÑOZ-ALONSO, A., ROSPIR, J. (ed.), *Comunicación política*, Madrid, Universitas, 1995, p. 20.

²⁰¹ MANIN, B., *Op. cit.*, p. 285.

²⁰² *Ibid.*

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

que sin duda han dado paso a una nueva forma de hacer política, empleando sus recursos mediáticos para enaltecer o rebajar la figura de los candidatos. La política tiene lugar en una nueva arena donde la clave ya no son los políticos “usando” a los medios, sino los medios intentando “usar” a los políticos. Claramente, los medios se han insertado como actores que postulan candidatos en la esfera pública, sin que estos necesariamente salgan de su rama. Así lo demuestra el apoyo de los medios de comunicación a Guillermo Lasso en Ecuador o a Henrique Capriles en Venezuela como candidatos a los que se apoyó para confrontar los liderazgos de Rafael Correa, Hugo Chávez y Nicolás Maduro. Conscientes de su poder en la esfera pública han sido creadores y modeladores de figuras de poder político, al generar confianza en la ciudadanía. La razón no se debe a una ideología compartida o al apoyo a sus propuestas de Gobierno, sino que va en función de su posición de la postura que estos podrían tomar frente a ciertos escenarios que benefician a las familias detrás de los medios de comunicación. En ambos casos, vemos que los candidatos a los que se les ha dado apoyo vienen de hogares acaudalados, lo cual en cierta forma es una garantía de que sus decisiones irán en detrimento de su propia economía. Esto, aunque en una pequeña proporción, demuestra que los medios de comunicación priorizan su rentabilidad económica en los escenarios políticos.

“Sin que quepa hablar de transparencia e independencia, lo que en el presente artículo se quiere remarcar es que en la actualidad el sesgo político de los grandes medios privados es subsidiario de lo económico. Los medios, especialmente los más grandes, priorizan el crecimiento y la rentabilidad económicas, de forma que la ideología pasa a ser tener un papel secundario”²⁰³.

Esto hace que las relaciones entre los propietarios de los medios con los partidos políticos se basen en favores políticos, que se traducen en nuevas

²⁰³ DE MIGUEL, J., POZAS, V., “¿Polarización ideológica o económica? Relaciones entre los medios y el poder político y corporativo”, en *Vientosur*, n° 103, 2009, p. 43.



posibilidades de crecimiento para las empresas de comunicación. Sin duda, de esta práctica clientelar se manifiesta la asimetría en el poder. Y pone en evidencia una vez más que la vinculación entre medios y política no es una relación simplista, ni lineal. En consecuencia, como afirma Waisbord, y expandiendo su concepto desde la prensa hacia los medios de comunicación en general, se puede concluir que estos son maquinarias de información que se encuentran subordinadas al mercado y al Estado²⁰⁴. Éste define otra forma de ver a los medios de comunicación como parte de un todo, en el cual, la proximidad entre las partes, impide el desarrollo de un periodismo responsable que permita sacar a la luz cualquier tipo de irregularidad, y no solo aquella que viene del Gobierno, cuando éste no perjudica intereses del medio o de los grupos de poder aliados.

Waisbord, hace su análisis desde las prácticas del periodismo y cómo estas pueden resultar certeras o desconcertantes en la sociedad sudamericana, en la comprensión de cómo el periodismo de investigación contribuye a la vida democrática. El académico analiza cuatro países de la región: Brasil, Perú, Colombia y Argentina, destacando la herencia del periodismo estadounidense sobre el sudamericano. Idea que se desvanecen entre condiciones políticas y económicas adversas, para que el modelo del norte se difunda en el sur del continente. Un ejemplo de ello es el ideal de objetividad. En Estados Unidos la objetividad es concebida como una serie de herramientas que le permiten al periodista mantenerse en lo posible alejado de la subjetividad, mientras que en los países analizados se entiende por objetividad al relato de los hechos, sin alterar la realidad, que para el periodismo norteamericano no es más que facticidad²⁰⁵. El debate sobre este punto analiza el proceso de producción de una noticia como un valor importante para la

²⁰⁴ WAISBORD, S., *Watchdog Journalism in South America*, New York, Columbia University Press, 2000, p. 4.

²⁰⁵ *Ibid.*, p. 120.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

democracia y el buen ejercicio del periodismo; en el cual las falencias del periodismo investigativo, como poca accesibilidad a las fuentes de información, que no respondan siempre a las del Gobierno, y el carente espacio que se le da al periodismo investigativo como una sección importante dentro del medio, constituyen características fundamentales que favorecen el denunciismo, como una forma fácil de hacer periodismo, y que se conjuga con una dialéctica clientelar en su funcionamiento²⁰⁶.

La lógica de los medios de comunicación ecuatorianos y venezolanos, como se ha visto, ha estado dotada por una perspectiva empresarial en la cual se prioriza el monopolio de los medios como empresas que velan por sus intereses económicos, y la acumulación de capital político. Es así que Nerone aseguró que no existen medios independientes, y que todo funciona en base a una “red de relaciones” económicas²⁰⁷. Una postura que desde un inicio abre las puertas de un cuarto de corrupción, donde las relaciones entre políticos, audiencia, autoridades y adversarios son importantes para marcar una agenda pública.

La tradición económica tendría sus orígenes en 1800. De acuerdo a Waisbord, la revolución comercial ocurrida en ese año en Estados Unidos, produjo un cambio en materia de intereses en la prensa. Si antes las ideologías políticas dominaban el escenario, desde entonces lo harían los intereses económicos. Esto se debería al crecimiento de la clase media con un nuevo target de lectores de la *penny press*, que hizo que se diera un giro hacia el mercado de masas²⁰⁸. Sin embargo, en Sudamérica no todo el modelo estadounidense pudo replicarse puesto que las condiciones políticas y económicas no eran favorables. Esto se debió a que los medios de comunicación no responden a una línea ideológica determinada sino a las

²⁰⁶ *Ibid.*, p. 105.

²⁰⁷ NERONE, J., *Violence Against the Press*, Oxford, University Press, 1994, p. 5.

²⁰⁸ WAISBORD, S., *Op. cit.*, p. 14.



fluctuaciones del mercado. Esta lógica también se ha aplicado en los países sudamericanos, donde se evidencia además una cultura política basada en las negociaciones y el conflicto entre el Estado y los medios²⁰⁹.

Parte de esta herencia se basa en la dependencia económica de los medios de comunicación respecto del Estado. Préstamos y subsidios han permitido que a lo largo de la historia, el Estado controle la subsistencia de los medios. Esto también se puede argumentar con la cantidad de publicidad oficial que se destinaba a los medios, lo cual generaba sustanciosas entradas económicas; y también con el acceso libre a la importación de materiales como el papel.

Un ejemplo de la postura clientelar de los medios de comunicación televisivos es la reducción de denuncias frente a la época de renovación de licencia de uso de frecuencias por miedo a que éstas les sean revocadas. De igual forma, otro ejemplo es la invisibilización de momentos políticos importantes o expresiones sociales cuando estas podrían afectar a su posición en el campo económico y político.

3.5. PODER Y CONTRAPODER MEDIÁTICO EN EL POPULISMO

En un escenario en el cual existe una desinstitucionalización del Estado, con una reconfiguración normativa, una polarización política y social y una presencia fuerte de una oposición mediática, la figura del líder carismático juega un papel fundamental en el equilibrio del poder, marcado por una simulación de la democracia directa con estrategias de tipo clientelar. El líder legitima su dominación a través de su autoridad y sus cualidades. En ese panorama, la personalización de la política tiene

²⁰⁹ *Ibid.*, p. 18.



como base de su apoyo a los grupos sociales de escasos recursos, creando lazos de lealtad clientelar.

Entre las formas de poder destacadas por Weber están: el poder coercitivo, persuasivo y retributivo. Las dos últimas son características empleadas en el populismo a través de una campaña política permanente. Se habla de poder persuasivo cuando el líder tiene un buen manejo del discurso político, asegurando el ejercicio del poder, mientras que el poder retributivo logra la obediencia con acciones clientelares de intercambio²¹⁰. En consecuencia, el quebrar el sistema de representaciones y pasar a un sistema hiperpresidencialista, hace que la repartición del poder se concentre en el Ejecutivo, desplazando el equilibrio con los otros poderes del Estado como el Legislativo y el Judicial.

Según Weber, “la autoridad carismática es uno de los grandes poderes revolucionarios de la historia, pero, en su forma absolutamente pura, es por completo autoritaria y dominadora”²¹¹. De esta forma, el autor no dice que “la asociación de dominio es la comunicación en la comunidad o en el séquito. El tipo del que manda es el caudillo. El tipo del que obedece es el apóstol. La gente cree en él no por su posición estatuida sino por sus cualidades”²¹². En esa medida, los gobiernos populistas tienden a ser presidencialistas, debido a que el Presidente tiene considerables poderes legislativos, y no legislativos que le permiten ser un colegislador fuerte²¹³.

El presidencialismo y la pugna de poderes que genera con otras organizaciones o instituciones que buscan legitimar y posicionar su discurso, dan

²¹⁰ WEBER, M., *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económico, 1944, p. 138.

²¹¹ *Ibid.*, p. 713.

²¹² *Ibid.*, p. 711.

²¹³ MAINWARING, S., SOBERG, S., *Presidencialismo y democracia en América Latina*, Buenos Aires, Paidós, 2002, p. 20.



paso a una crisis de gobernabilidad,²¹⁴ ya que afecta a los niveles de representatividad y a los de gestión decisional. Es por ello, que el poder tiene como base la persuasión desde el discurso, ya que supone acuerdos o diferencias sobre una visión en particular. La importancia del discurso está en su influencia sobre la toma de decisiones de los actores sociales. En consecuencia, la construcción del espacio público es fundamental en los pesos y contrapesos del poder.

Para los gobiernos populistas, la dominación carismática constituye la herramienta empleada en la pugna por el poder con los medios de comunicación, partidos políticos y movimientos sociales de carácter opositor.

“La dominación carismática supone un proceso de *comunicación* de carácter emotivo. El *cuadro administrativo* de los imperantes carismáticos no es ninguna "burocracia", y menos que nada una burocracia profesional. Su selección no tiene lugar ni desde puntos de vista estamentales ni desde los de la dependencia personal o patrimonial. Sino que se es elegido a su vez por cualidades carismáticas: al profeta corresponden los discípulos, al príncipe de la guerra el "séquito", al jefe, en 'general, los hombres de confianza’²¹⁵.

La dominación carismática es, sin duda, importante para generar una identidad de los ciudadanos y promover una estructura organizativa a favor del gobierno; por ello resulta necesario el contrapeso de los medios de comunicación, como entes que incidan en los procesos de diferenciación en el sistema político.

²¹⁴ “La llamada crisis de gobernabilidad tiene relación con la complejización de la sociedad, entendida como diversificación y extensión de una multiplicidad de contextos de experiencia, que no necesariamente son portadores de similares lógicas reproductivas”. (ECHEVERRÍA, J., *La Democracia Bloqueada: Teoría y crisis del sistema político ecuatoriano*, Quito, Letras, 1997, p. 29).

²¹⁵ WEBER, M., *Op. cit.*, p. 193.



3.6. CONCLUSIONES

- El populismo, al devenir de un proceso de crisis institucional con una fuerte debilidad de los partidos de masas, adopta la figura de un líder mesiánico, paternalista y clientelar que pone en escena un movimiento caudillista que tiene el desafío de construir base política. En esa medida, los grupos de poder ven afectados sus intereses ante una política populista que privilegia a las mayorías siguiendo su discurso, y que enfrenta a los sectores dominantes, estableciendo una crisis oligárquica por factores internos de la lucha de clases.
- El populismo articula sus demandas a través de una refundación democrática, basado en un discurso antielitista, que contrarresta el discurso maniqueo de los medios de comunicación, en una suerte de polarización de la esfera pública que evidencia la dicotomía de lo bueno y lo malo.
- El colapso del modelo desarrollista lleva a una reforma neoliberal, tras la coexistencia de gobiernos populistas y un sistema liberal. Es por ello que, tras el neoliberalismo, el populismo presenta características antiliberales que se manifiestan en una sociedad fragmentada y debilitada institucionalmente. Mientras el liberalismo propone los mecanismos institucionales como solución democratizadora, el populismo promueve una lógica de abajo hacia arriba que anula la institucionalidad, y que incentiva una democracia participativa, plebiscitaria, que es producto de un simulacro de la democracia representativa, y que se sostiene de lógicas clientelares.
- Se propone un sistema mediático iliberal que es el resultado de una transformación de un sistema basado en la lógica privada hacia uno más gubernamental con una presencia fuerte del Estado, con un uso clientelar de la ley y la propiedad mediática. Un sistema que entiende a la agencia, a la



audiencia, como un ente moldeable al discurso. Mientras el liberalismo se opone a una intromisión del Estado, el populismo en un sistema mediático iliberal que abraza el estatismo en la estructura de los medios de comunicación. Se entiende al Estado con el poder para balancear las desigualdades comunicacionales y establecer una política comunicacional soberana, en la que rija el interés del pueblo sobre la empresa privada.

- Silvio Waisbord habla de una democracia post-liberal por su cercanía al liberalismo clásico porque el populismo busca superar la democracia liberal con una crítica al poder. Sin embargo, en la práctica vemos que, en el caso ecuatoriano, la transformación de la estructura social solo ha logrado reconfigurar el capital hacia las élites, mientras que en Venezuela la estructura popular creada por Hugo Chávez se disuelve con el poco liderazgo de Nicolás Maduro en una suerte de simulacros democráticos que evidencian el clientelismo político y mediático.
- El clientelismo tanto en la estructura mediática como en la política se perfila con la construcción de una empresa privada que ve al medio como una herramienta del capital, y que, por tanto, priorizan la opinión y la instrumentalización de los mismos en una massmediatización de la política.
- La tele-política generó una ampliación de la democracia, pero no una profundización de ella, causando una relación no lineal entre los medios y la política, donde la prioridad es la formación de lealtades clientelares bajo una plataforma de la personalización de la política. Es en este escenario donde la autoridad carismática toma el poder bajo un discurso persuasivo, en una disputa por el espacio y la opinión pública. Una batalla de pesos y contrapesos por el poder discurso hegemónico.



4. SISTEMA MEDIÁTICO DEL ECUADOR

Como se ha mencionado en la introducción, el sistema mediático de Ecuador y Venezuela se evaluará en función de las variables de estudio determinadas por Hallin y Mancini, ya que los autores proponen la existencia de un modelo latinoamericano mixto, cercano al modelo Pluralista Polarizado y el modelo Liberal. La aplicación de esta metodología responde a que los casos de estudio tienen cierta compatibilidad con características de los países mediterráneos tales como: un bajo desarrollo de la prensa de masas, alta intervención estatal, elevado paralelismo político y bajo nivel profesional. Aunque es necesario evaluar los mismos ejes, considerando sus cambios en la historia más reciente.

4.1. ESTRUCTURA E HISTORIA DEL MERCADO DE LOS MEDIOS ECUATORIANOS DE COMUNICACIÓN

4.1.1. Historia mediática del Ecuador

La historia mediática del Ecuador se inicia en el siglo XVIII, exactamente en 1750 con la llegada de la primera imprenta al país, y por ende las primeras publicaciones de periódicos impresos, aunque no fue hasta finales del siglo XIX

cuando la prensa se consolidó con la periodicidad de las publicaciones. El primer periódico de circulación nacional fue *El Telégrafo*, fundado en 1884, mientras que los diarios de mayor circulación nacional actual se crearon a principios del siglo XX. Estos fueron: *El Comercio* (1906) y *El Universo* (1922).

Durante los años 50 del siglo XX el debate político e ideológico en América Latina estaba atravesado por la fuerte represión de las dictaduras militares. Se efectuó además una alianza con los sectores de las burguesías nacionales, las cuales servirían de apoyo y aportarían al control político la legitimidad necesaria para sostener la dictadura. Los medios de comunicación fueron parte de la guerra psicológica que las dictaduras emplearon para contener al comunismo y a las guerrillas en toda Latinoamérica. En el Ecuador de los años 60 se liberaba una contienda electoral cuyo único vencedor fue el populista Velasco Ibarra. En este contexto los medios son dirigidos por grupos familiares que deciden lo que debe o no publicarse en sus periódicos. Al transcurrir los sesenta, este carácter de administración familiar de los medios impresos no cambia, lo que demuestra que los medios tenían poca inclinación a ser parte de la alianza con los partidos políticos; esto se debió fundamentalmente a la preeminencia de una ideología modernizadora que emulaba la libertad de los medios norteamericanos y dejaba de lado las antiguas disputas entre liberales y conservadores producidas antes de la Segunda Guerra Mundial. Es bajo este marco cuando se crean las principales cadenas de televisión nacional del país: Telesistema (1969), Ecuavisa (1967), Tc Televisión (1967), Teleamazonas (1974) y Gamavisión (1977), de la mano de grupos económicos y sociales de la época. Durante el mismo periodo aparecieron también los periódicos *Expreso* (1973) y *La Hora* (1982).

Durante estos años, en Latinoamérica hubo una incipiente aparición de la televisión pública, con una línea limitada por el oficialismo de cada país y sin miras a ejercer competencia por la audiencia o la publicidad en los medios privados.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Situación que no se dio en el Ecuador, donde los medios públicos no se encontraban en la televisión ni en la prensa escrita, pero sí en la radio (Radio Nacional del Ecuador, Radio Casa de la Cultura y Radio Vigía de la Policía Nacional; todas ellas marginadas en frecuencia AM).

Este medio de comunicación tuvo sus inicios en 1920 con una fuerte expansión en la frecuencia FM. Gran parte de estas se encuentran concentradas en Quito y Guayaquil (dos de las ciudades más importantes del país). Mientras que en la zona rural la Iglesia tuvo una gran influencia en la creación de radios para generar procesos de alfabetización y apostolado.

Con el advenimiento de la dictadura militar – nacionalista en los años 70 y en pleno apogeo de la lucha contra el comunismo, en el Ecuador se implementa de manera algo tardía la doctrina de la seguridad nacional con Guillermo Lara. En este contexto, los medios de comunicación reciben una ley de comunicación en 1975, ley que estaba enfocada más a la repartición del espectro radioeléctrico (radio y televisión) que a los periódicos, pues éstos eran propiedad de la burguesía y no representaban ningún peligro para la dictadura. Esta alianza se produce como resultado de un ideal modernizador que tanto la dictadura como la burguesía mediática compartían. La dictadura preocupa más en los contenidos que en la propiedad de los medios y liberaliza la tecnificación y modernización de los mismos.

Durante la dictadura ecuatoriana (1972-1976) hubo varios atropellos en contra de la libertad de expresión e información. Incluso hubo instrucciones muy precisas para controlar la acción de la prensa. El disenso no era admitido. Así en 1974 se ordenó la clausura de Canal 2 de la ciudad de Guayaquil por haber difundido una noticia sobre la posible dimisión del jefe de Estado por razones de salud. Una tergiversación de la información que les costó el cierre temporal del medio. Además, hubo periodistas perseguidos y agredidos físicamente.



Fuera de ello, en este periodo surgieron también medios alternativos como radios y periódicos comunales de la comunidad civil, otros impulsados por el gobierno, y finalmente otros inspirados por la Iglesia Católica. Estos últimos basados en las orientaciones del Vaticano II sobre la libertad de creencia religiosa, que llevó a desarrollar medios de comunicación popular basados en la teología de la liberación. Pero no será hasta 1988 cuando las radios comunitarias se agrupan bajo el nombre la Coordinadora de Radios Populares y Educativas de Ecuador (Corape); una institución dedicada al desarrollo social a escala nacional. A través de sus emisoras, las provincias y las comunidades alejadas de las grandes ciudades han sido utilizadas para canalizar la información nacional y principalmente local, las cuales difunden su trabajo en quechua y español²¹⁶.

Ya en los años 80, con la crisis económica y el regreso a la democracia, el panorama de los medios de comunicación ecuatorianos cambia. La competencia de las nuevas tecnologías, la difusión de contenidos y el florecimiento de las industrias culturales les obliga a modernizar su estructura interna. Las empresas familiares ecuatorianas se modernizan además con la creación de grupos de comunicación corporativos, aliados con el sector financiero, y en escasa medida o de manera casi nula con sectores de comunicación transnacional. Esto es una consecuencia de la doctrina de liberalización del mercado del pensamiento neoliberal, que encuentra seguidores en los medios. Estos promoverán la liberalización y privatización de la economía ecuatoriana como nuevo paradigma modernizador.

En esa línea, la tirada de los periódicos tuvo un crecimiento significativo que, de acuerdo a los estudios de Edgar Jaramillo, en una publicación de Hallin y Mancini, se debe a tres factores: “la fundación de nuevas cabeceras, la mejora del ingreso per

²¹⁶ “En octubre de 2006, existían en torno a 1.200 concesionarios de frecuencias de radiodifusión sonora: 25 de onda corta, 277 de AM y 887 de FM” (HALLIN, D., MANCINI, P., *Un estudio...Op. cit.*, pp. 115-116).

cápita, que elevó el índice de consumo medio, y, finalmente, el impacto político de la apertura democrática”²¹⁷. A esto se suma la creación de periódicos de circulación gratuita como: *Metro-hoy*, en Quito; *Metroquil* y *Metro-Guayaquil*.

Observando a los accionistas de estas empresas, el modelo familiar empieza a cambiar por el modelo corporativo. La privatización y el paso del sector audiovisual hacia el oligopolio empiezan a tomar forma. No obstante, en el Ecuador estas modificaciones se transforman en el surgimiento de una nueva prensa, que por un lado, está ligada a alianzas con otras familias, no solo de la rama comunicacional sino con grupos financieros y, por otro lado, a una prensa amarillista y más local.

Mastrini y Becerra nos hablan de una acumulación capitalista a través de la concentración de la producción y la centralización del capital. Para estos autores, el crecimiento en tamaño de la empresa favorece la concentración de la producción, lo cual también explica el control de unos pocos capitalistas²¹⁸. Es bajo esta línea, que para Martin Barbero, la década de los 80's reubica el campo de los medios de comunicación por sus dotes en la propiedad, propiciado por un paso de la producción en serie a otra más flexible, que permite producir cambios cuasi personalizados en el mercado²¹⁹.

Por otro lado, el panorama político está caracterizado por un retorno a la democracia y las secuelas de una crisis económica causada por el sobreendeudamiento de la década de los 70. Para afrontar la crisis, muchos países tuvieron que someterse a las condiciones, del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. Pero los créditos tenían sus condiciones, en consonancia con la doctrina

²¹⁷ *Ibid.*, p. 14.

²¹⁸ MASTRINI, G., BECERRA, M., *Periodistas y Magnates: Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2006, p. 52.

²¹⁹ MARTÍN-BARBERO, J., *Op. cit.*, pp. 70-84.



neoliberal liderada por Ronald Reagan y George Bush en Estados Unidos, Margaret Thatcher en el Reino Unido y Augusto Pinochet en Chile.

Con la crisis “se renuncia a una política de exportación industrial, pero se vuelve a la exportación de tipo tradicional anterior [...] Los grandes medios, salvo excepciones, se han adherido al proyecto neoliberal, contribuyendo de manera decisiva a interiorizar en la población las bondades de la economía social de mercado”²²⁰.

Eduardo Tamayo destaca que en el Ecuador, durante 1988-1991, los principales diarios insistían en la privatización de los servicios públicos, contribuyendo a la lógica liberal²²¹. Además resalta la relación de los medios con los grupos bancarios, comerciales, y del Estado, beneficiados por unos ingresos en publicidad de estos actores.

En América Latina los medios no se financian por suscripciones o ventas, sino por la publicidad, hasta en un 80%. Esto claramente se refleja en el Ecuador, donde el mayor anunciante de publicidad en los medios es el Estado, como se verá más adelante.

Con la presidencia de Osvaldo Hurtado a inicios de esta década, la relación medios de comunicación y gobierno fue muy cercana, manifestado incluso con preferencias para varios editorialistas. Sin embargo, esto no evitó los reclamos a los medios de comunicación por ‘mala’ práctica profesional.

Vale destacar que existieron agresiones a camarógrafos y periodistas, por insatisfacción o por apoyo partidista al régimen, por parte de algunos ciudadanos,

²²⁰ TAMAYO, E., “Democracia, neoliberalismo y comunicación”, en ALAI, Ponencia presentada en el II Encuentro “Caminos de Integración”, realizado en La Paz, el 14 de febrero de 1993. <http://alainet.org/active/22336> (consultado el 30-02-2012).

²²¹ “En un estudio sobre la privatización y la opinión pública se encontró que de 390 unidades informativas “*El Comercio* es el que más publicaciones tiene con 110 unidades informativas, o sea el 20% del total; le sigue en importancia el diario *Hoy* con 77 unidades, es decir aproximadamente el 20%, *El Telégrafo* con 19%, *El Universo* con el 15% y finalmente *El Mercurio* con el 9%”. (*Ibid.*).

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

pero estos no son reflejo de la relación que mantuvo el Gobierno con la prensa. Ejemplo de ello es la promulgación de un reglamento secreto, bajo el pretexto de la declaratoria del “estado de emergencia”, el cual manifestaba: “los medios de comunicación social serán administrados por sus propietarios, bajo control del Estado, pudiendo ser requisados”²²².

Pero la situación empeoró con la llegada del presidente León Febres Cordero (1984 -1988), al poder. A finales de 1984 la lucha contra las guerrillas se formó parte de las políticas primordiales para el Gobierno. Este comportamiento se afectó a la Prensa con varios ataques hacia los periodistas. Mientras, los grupos y las familias que los detentan se mantienen expectantes a posibles cierres de medios y a la obligatoriedad de clausurar espacios de opinión bajo la conducción de periodistas de aceptación popular.

De acuerdo con el periodista ecuatoriano Andrés Carrión, el objetivo era disminuir la discusión política en la esfera pública, para así dar paso al modelo dictatorial. De esta forma la lista de periodistas perseguidos se hizo evidente y las consecuencias no se hicieron esperar. Varios comunicadores fueron despedidos sin explicación de sus puestos de trabajo, debido a la influencia presidencial de la época sobre los dueños de los diversos medios de comunicación²²³. Muchos recuerdan este periodo como el más atentatorio contra la prensa nacional, no solo por la censura sino también por la dificultad para cubrir sus fuentes. Un ejemplo que se repitió aunque con una intensidad mucho menor en el Gobierno de Rodrigo Borja Cevallos (1988-1992) cuando se clausuró Radio Sucre por un año, al haber cuestionado los negocios del hermano del Primer Mandatario.

²²² Art. 10, decreto ejecutivo N°. 62, registro oficial reservado N°. 977-R, agosto 19 de 1982, “reglamento de requisición” en OQUEDO, D., *Una piedra en el zapato. Visión analítica del ejercicio periodístico y sus desencuentros con el poder*, Quito, Abya Yala, 2008, pp. 93-308.

²²³ CARRIÓN, A., “Informe de una clausura”, Quito, El Conejo, 1987, p. 36.



En los años 90, en pleno auge del neoliberalismo, los componentes de desconcentración de las propiedades familiares en los medios y el paso al oligopolio se fortalecen acrecentado las alianzas con los sectores financieros, basados en las doctrinas de libre mercado y libre competencia.

Inspirados en un modelo neoliberal, sumergido en el marco del denominado Consenso de Washington, Latinoamérica se encaminó hacia la apertura de los mercados, la liberalización y la privatización de activos estatales. Esto se vio traducido en el sector de la comunicación privatizando numerosas empresas de medios de comunicación y de telecomunicaciones. Simultáneamente, en la segunda mitad de los años noventa, la crisis económica tomó desprevenidos a los países latinoamericanos. El estancamiento de sus economías acrecentó la brecha en la distribución de la riqueza y la inequidad social²²⁴.

En este panorama, los nuevos medios comerciales asumieron un nuevo papel en la esfera de lo público para defender sus intereses. Desde un accionar político ejercían constantemente presión sobre los gobiernos y las instituciones internacionales para deslegitimar cualquier marco jurídico que pudiese limitar o regular su expansión mediática. Es así que, con la Sociedad de la Información, la diversidad cultural se ha visto amenazada por una concentración mediática que obedece a débiles políticas de comunicación, que han favorecido el carácter comercial y capitalista de las empresas de información, poniendo en evidencia un déficit de pluralismo mediático y diversidad de contenidos.

En la región podemos destacar cuatro grandes grupos multinacionales de comunicación: Televisa (México), Cisneros (Venezuela), Globo (Brasil) y Clarín (Argentina), que dominan el mercado regional. Desde el Ecuador no ha nacido una

²²⁴ MASTRINI, G., BECERRA, M., *Op. cit.*, p. 30.



empresa mediática propia que se extienda fuera de sus fronteras. Las empresas de comunicación continúan siendo principalmente familiares y con poca presencia extranjera, como es el caso de Ángel Remigio González, que se ha ido introduciendo en el mercado ecuatoriano con su empresa Telecomunicaciones Globales de Entretenimiento Televisivo Telglovisión S. A..

En un trabajo realizado por Rodrigo Jordán y Allen Pachana, investigadores ecuatorianos sobre los medios en Ecuador, se identifica un carente interés de los capitales extranjeros en el sector mediático. Y señalan entre las causas: la poca inversión publicitaria en el país, debido al tamaño reducido del mercado, alta inestabilidad política e inseguridad jurídica para las empresas e inversiones foráneas. Aseguran que la presencia de capitales extranjeros no supera el 0,5% del total de medios, los cuales principalmente se apoyan en inversiones nacionales. Aunque también ponen en evidencia que el capital extranjero que podría destacarse es la participación del mexicano-estadounidense, Ángel Remigio González González, uno de los propietarios de Red Telesistema (RTS), conocido por su monopolio audiovisual en Guatemala y otros medios en el resto de América. De la misma forma, la Editorial Televisa de México, junto a su filial Distribuidora de los Andes (Disandes), han establecido acuerdos con Ecuador en comunicación, creando las revistas: *Cosas*, *Caras*, *Vanidades*, *Tv y Novelas*, *Revista Tú* y *Revista Tu Hijo y Tú*. Mientras que en la radio: Radio Disney Ecuador, Radio Exa Ecuador. Y desde España, tenemos a la radio “Los 40 Principales” Ecuador, propiedad del Grupo Prisa²²⁵.

Como observamos existe una presencia aún débil de inversión foránea en el país; por lo que los emporios económicos nacionales han sido los grandes

²²⁵ JORDÁN, R., PANCHANA, A., “Los medios de comunicación en Ecuador” en ALBARRAN, A. (ed.), *The handbook of Spanish language media*, New York, Routledge, 2009, pp. 103-124.



protagonistas de la historia mediática del Ecuador. Es en este escenario, se entiende el por qué el acceso a una información plural y diversa es de suma importancia para ejercer el derecho a la libertad de expresión de todo ciudadano.

“La concentración de las fuentes de información bajo el control de grupos dominantes desemboca, cualquiera que sea el sistema político, en un remedo de la libertad. Se requiere una gran diversidad de fuentes de información y de opinión para que el ciudadano pueda documentar juiciosamente sus decisiones en los asuntos públicos. Esta diversidad constituye uno de los pilares de todo sistema de comunicación en una sociedad democrática, y es tan necesario en el plano internacional como en el nacional”²²⁶.

En el Ecuador, este clima de nuevas políticas de comunicación, que reconozcan la pluralidad y diversidad de las voces que deben ser representadas en los medios, hará que durante el gobierno de Sixto Durán Ballén, la Coordinadora de radio popular educativa del Ecuador (CORAPE) impulse una serie de reformas a la ley de Radiodifusión y Televisión. Es una respuesta a la clausura de radio Latacunga y las escuelas radiofónicas de carácter popular, así como las radios comunitarias que habían sido fundadas por Monseñor Leónidas Proaño.

Aquellas radios comunitarias que quedaron en funcionamiento no tenían capacidad para sustentarse dadas las propias reglas de la ley del 75. Es por ello, que la CORAPE logra la siguiente reforma en el Registro Oficial No. 691, el 9 de mayo de 1995:²²⁷

- Se reservarán frecuencias de baja intensidad para estaciones de radiodifusión comunal. Los permisos de funcionamiento para estas radiodifusoras se concederán siempre que no interfieran con las frecuencias asignadas a otras estaciones.

²²⁶ MacBRIDE, S., *Un Solo Mundo, Voces Múltiples*, Paris, UNESCO-FCE, 1980, pp. 51-52.

²²⁷ Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, *Sistematización Ley de Comunicación en el Ecuador*, Quito, ALER, 2011, p. 11.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- Las emisoras de servicio comunal de radiodifusión se concesionarán únicamente a organizaciones legalmente constituidas
- Tendrán una potencia máxima de trescientos vatios en amplitud modulada - AM- y de ciento cincuenta vatios en frecuencia modulada FM. Se dedicarán exclusivamente a fines sociales educativos y culturales, sin fines de lucro, y funcionarán con sujeción a las disposiciones de la Ley de Seguridad Nacional.

Pero estas no fueron las únicas leyes que cambiaron dentro de todo el espectro comunicacional. Aunque eran unas reformas a la única ley de comunicación, vigente en el Ecuador durante el año 1992, con el revuelo que toma la Sociedad de la información se expide la primera Ley de Telecomunicaciones y la de Radiodifusión y Televisión. Recordemos que el contexto en que nace esta ley es bajo los presupuestos neoliberales de privatización de libre Mercado. Es por ello, que Romel Jurado señala las siguientes características de la ley:²²⁸

- Refleja una concepción tecno-mercantilista de las telecomunicaciones.
- No existen los ciudadanos, sino empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones y usuarios de los mismos
- No regula contenidos y límites para el ejercicio de ciertos derechos relacionados con la comunicación, sino que son hechos fundamentalmente tecnológicos y comerciales
- Garantiza y defiende la libre competencia entre los actores que intervienen en el mercadeo de la información y de sus tecnologías.

²²⁸ JURADO, R., *El proceso de elaboración de la Ley de Comunicación en Ecuador*, Quito, Ciespal, 2011 (*passim*).



A partir de las crisis promovidas por el neoliberalismo en los medios de comunicación independientes del Estado va a adquirir un importante papel como actor político.

Hernán Reyes, ha definido como la “guerra de los canales” a lo sucedido entre el 2004 y el 2006, tras la crisis del sistema financiero y bancario que desencadenó una pugna entre tres canales de televisión que defendieron sus intereses económicos a través de sus medios. Es importante recordar que los hermanos Isaías dueños de TC Televisión, Gamavisión, TV Cable eran también dueños de Filanbanco, empresa que quebró junto a otras entidades financieras como el Banco del Pacífico; lo que lleva al gobierno neoliberal de Jamil Mahuad a establecer un salvataje bancario que consistió en la congelación de fondos de los cuentacorrentistas para pagar la deuda de los bancos, y a su vez asumió la deuda de los bancos con sus clientes. Por otro lado está el banco del Pichincha, con su principal accionista Fidel Egas, dueño de la cadena Teleamazonas. Después del llamado salvataje bancario éste banco fue uno de los pocos que sobrevivió a la crisis por sus nexos con el Estado. Fue éste panorama el que se debatió en los medios de comunicación, con una fuerte campaña pro intereses en la línea editorial para defender sus propios capitales. De acuerdo al investigador, esta guerra entre canales se extendió en el 2006 a otros medios como Canal Uno, con varios minutos dedicados al tema bancario y varios comunicados²²⁹.

Esta situación es aprovechada por Rafael Correa, el cual esgrime un discurso contra los medios de comunicación que se ve reforzado en el ejercicio de su gobierno. Desde entonces en adelante se establece el debate sobre una Ley de Comunicación que regule a los medios, restringiendo su financiamiento por parte de empresas

²²⁹ REYES, H., “Pos-neoliberalismo y luchas por la hegemonía en Ecuador: los entrecruces entre la política y la comunicación”, en SEL, S. (coord.), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*, Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2010, pp. 162 – 163.

financieras y estableciendo reglas que fomenten la creación de medios de comunicación pública.

Tabla 5

CRONOLOGÍA PARA LA APROBACIÓN DE LA LEY DE COMUNICACIÓN

Constitución (28/09/2008)	Primer Proyecto (15/09/2009)	Segundo Proyecto (16/10/2009)	Acuerdo (17/12/2009)	Primer debate (05/01/2010)	Renuncia (18/06/2010)
La Constitución fue aprobada y en ella se ordena al Legislativo aprobar en 1 año la nueva Ley de Comunicación	El asambleísta y ex periodista Rolando Panchana presenta un proyecto de Ley de Comunicación a sus colegas.	La presidenta de la Asamblea ocasional de Comunicación, Betty Carrillo presentó otro proyecto.	El Presidente de la Asamblea, Fernando Cordero, llegó a un acuerdo con las bancadas legislativas.	En la Asamblea se realiza el primer debate de la Ley de Comunicación, luego del acuerdo alcanzado.	Betty Carrillo renunció a la presidencia de la Comisión. Mauro Andino asumió dicho cargo.
Consulta popular (07/05/2011)	Segundo Debate (18/11/2011)	Aprobación (14/06/2009)	Demanda (28/06/2013)	Superintendente (08/10/2013)	No a demanda (17/09/2013)
El Sí gana en la consulta popular. Una pregunta tenía que ver con la aprobación de Ley de Comunicación.	El presidente de la Asamblea, Fernando Cordero, convocó a segundo debate para la Ley de Comunicación.	La nueva Asamblea, presidida por Gabriela Rivadeneira, aprobó la Ley de Comunicación con 107 votos.	El asambleísta Luis Fernando Torres interpuso la primera demanda de inconstitucionalidad contra la Ley.	El presidente Rafael Correa nombra a Carlos Ochoa como primer superintendente de Comunicación.	La Corte Constitucional ratificó la validez de todos los artículos, excepto 4, de la Ley de Comunicación.

Fuente: *El Telégrafo*, 23-09-2014.

Los medios de comunicación, modernizados y gremializados, han sido incapaces de reformar de manera activa su propia estructura interna: las familias que los controlan, aunque en menor medida, continúan siendo sus principales dueños. Esto nos permite apreciar que la disputa entre los medios y el gobierno es una disputa entre un grupo familiar y gremial frente al gobierno, por intereses políticos aunque no



económicos. En consecuencia, por el sentido simbólico dirigido a determinadas clases sociales, ésta es una lucha por la hegemonía. Los medios son un actor político en la medida en que sobre sus espaldas recae una tradición discursiva y familiar.

Esta característica también podría considerarse dentro de un escenario mediático poco avanzado aún dentro de la región. No obstante; como se ha mencionado antes, esto podría deberse al tamaño de su mercado. Es así que no sólo la escasa presencia de medios públicos, su bajo mercado publicitario, su reciente marco legal sobre la comunicación en su sentido más amplio; sino también su desarrollo tecnológico en las empresas de comunicación son resultado de ello. Un ejemplo es el proceso que vive el Ecuador para implementar la televisión digital (una iniciativa que tuvo lugar en 2009), para lo cual se espera que después de varias pruebas, el apagón definitivo para dar paso a la TDT se de en el 2018. Países como Puerto Rico, Argentina, Colombia o México tienen una completa migración digital de las emisiones hertzenianas, lo que demuestra un grado de atraso frente a los propios países latinoamericanos²³⁰. No obstante, llama la atención que la aplicación de la televisión digital en Latinoamérica se ha implementado con un discurso integrador sin avances, a decir de Trinidad García, por lo que sugiere que existe el peligro de “que termine traduciéndose en un mecanismo de aceleración de las diferencias existentes”²³¹.

²³⁰ En una clasificación sobre la estructura del mercado, Becerra y Mastrini sitúan a Ecuador y Bolivia entre los de escaso desarrollo porque sus niveles de acceso son bajos y a diferencia de Perú no cuenta con una estructura poblacional que estimule el desarrollo de las industrias culturales (MASTRINI, G., BECERRA, M., “Estructura y dimensión de las industrias infocomunicacionales en América Latina”, en *Palabra Clave*, 2005, nº 12, p. 27). Anexo 2: Clasificación de países según estructura de mercado.

²³¹ TRINIDAD, G., “La TDT en Iberoamérica: antecedentes, situación y perspectivas”, en SIERRA, F., DEL VALLE, C., MORENO, F., (coords.), *Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana*, Barcelona, Gedisa, 2012, p. 51.

4.1.2. Estructura del mercado de los medios de comunicación

Siguiendo a Hallin y Mancini recordaremos que el trabajo se enfoca en el grado de desarrollo de la prensa de masas, es decir en el tamaño de la tirada de la prensa. Siendo así para los países del modelo mediterráneo de baja circulación. Los autores explican que esto se debía a que los periódicos del sur de Europa estaban dirigidos principalmente a una pequeña élite, con contenidos politizados, inmersos en un proceso horizontal de debate y negociación entre los grupos de la élite, que era parte de un lento desarrollo de las instituciones liberales²³². De esta forma los periódicos no han sido empresas rentables; por lo que, con frecuencia, fueron subvencionados por actores políticos. Situación que evidencia una vez más el alto grado de paralelismo político.

En el caso ecuatoriano los periódicos de alcance nacional basan sus publicaciones en una audiencia de clase media, media-alta. Mientras que la prensa sensacionalista, que es la más leída en el país, acapara la atención de las clases bajas. Es importante recordar que el nacimiento de los medios impresos se dio en un entorno social caracterizado por el analfabetismo que hasta los años 50's no superaba el 40% de la población y que durante 2006 y 2010 no sobrepasaba un promedio de estudio de 7 años²³³. Con lo cual, el segmento poblacional analfabeto que es mayoritario ha optado por informarse a través de la televisión, dejando a un segmento más instruido como el target de la prensa.

²³² HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas...*, p. 20.

²³³ PONCE, J., *Un perfil del analfabetismo en el Ecuador*, Quito, Secretaría técnica del frente social, 2003 (*passim*).



En un estudio realizado por CIESPAL²³⁴ para conocer la percepción que tiene la ciudadanía sobre algunos aspectos relacionados con los medios privados y públicos, se dio a conocer que el medio de mayor credibilidad es la TV privada, con un promedio de 53% mientras la pública tenía 46%²³⁵. De esta forma se entiende que la televisión sobrepasa a la prensa escrita como medio informativo. Pero hay ciertas características que aún mantienen viva a la prensa escrita frente a la televisión y la prensa digital.

En cuanto a la estructura del mercado de los medios de comunicación se observa que:

“Existen un total de 57 medios nacionales divididos entre aquellos que cumplen con el parámetro de forma individual y los que a través de redes, enlaces o grupos cumplen con los parámetros establecidos. Es preciso aclarar que la diferencia existe entre el número de medios nacionales del listado del año 2014 (61 medios) y el presente listado (57 medios) obedece a los siguientes factores: 1.- Incremento de cobertura en medios de menor alcance que han sido excluidos de este listado (los 11 anteriormente citados). 2.- Reducción de cobertura o no registro en el 2014 (los 4 anteriores citados), como resultado: radio 33, televisión 15, impresos 1, redes-enlaces o grupos (televisión e impresos) 8, dando un total de 57 medios”²³⁶.

Estos datos lo que hacen es revelarnos la urgencia de políticas de comunicación y de innovación empresarial en los medios de comunicación masivos tradicionales, que eleven el nivel periodístico y que legitimen la práctica periodística para que esta no vaya en detrimento de la información de calidad. Con esto no se quiere restar peso a la prensa digital. No obstante, en el Ecuador existe un desarrollo

²³⁴ Las encuestas se realizaron en Quito y Guayaquil con 400 casos en cada ciudad a una población urbana mayor de 16 años de forma aleatoria. Esta investigación tiene un grado de confiabilidad del 95% y un margen de error del +/- 3%.

²³⁵ INFORME CONFIDENCIAL, *Medios públicos y privados en la percepción ciudadana*, Quito, Ciespal, 2011, <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/571-medios-publicos-y-privados-en-la-percepcion-ciudadana-una-encuesta-de-informe-confidencial.html> (consultado el 12-02-2013).

²³⁶ Anexo 3: Listado de Medios de Comunicación Social de Carácter Nacional en el Ecuador 2015.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

retrasado del ciber-periodismo hasta el punto de que solo cuenta con 34 medios nativos digitales, con predominio en las ciudades principales (Quito y Guayaquil), dejando provincias enteras donde ni siquiera existen, tales como Napo, Orellana, Zamora y Carchi²³⁷.

Por otro lado, hasta junio 2015, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación registró 1124 medios de comunicación y 7151 trabajadores vinculados al área de comunicación. La distribución de los mismos es: 46 comunitarios, 40 públicos y 1038 privados²³⁸. No obstante, en la actualidad se lleva un proceso de reversión de frecuencias basado en un informe de la Contraloría General del Estado en 2008, que denuncia irregularidades en la concesión de 1.583 frecuencias de radio y televisión otorgadas por el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (Conartel) entre enero de 2013 y mayo de 2015²³⁹.

Otra de las razones por las cuales no existe un nexo estrecho entre los partidos y los políticos, es debido a que los medios de comunicación se han forjado bajo el financiamiento de familias oligárquicas con el apoyo de la banca privada. Esto claramente puede evidenciarse principalmente en las cadenas de televisión como Teleamazonas que tenía como principal accionista al Presidente del Banco del Pichincha. Así mismo la televisora Tv Telerama pertenece al grupo ‘El Juri’, una familia de gran poder económico que acumuló capital con la venta de electrodomésticos.

²³⁷ CHÁVEZ, M., *Mapa de medios digitales del Ecuador* 2012, <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/ec> (consultado 6-02- 2013).

²³⁸ CORDICOM, *Registro Público de Medios*, 2015, <http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-presenta-el-registro-publico-de-medios-rpm/> (consultado, 10-12-2015)

²³⁹ *El Telégrafo*, 27-10-2014



En el siguiente cuadro podemos observar las relaciones comerciales que tienen 6 de los grupos mediáticos más influyentes del Ecuador.

Tabla 6

**MAPEO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS EN
ECUADOR**

GRUPOS EMPRESARIOS	RELACIONES COMERCIALES
El grupo mediático de Ángel González (empresario mexicano-estadounidense) tiene 3 canales, 11 radios y 2 diarios a de familiares, abogados o empleados.	RTS, Red TV Ecuador y Tropical TV, once radios (Galaxia, Fabu, Alfa Stereo, Joya Stereo, Metro Stereo, Platinum, La Fabu, Tropicálida, RQP, Arpeggio y Radio Quito) y dos diarios (El Comercio y Últimas Noticias).
Grupo Vivanco	Diario La Hora con 14 ediciones locales, Revista Judicial del Diario La Hora, Radio Planeta con dos frecuencias en Santo Domingo de los Colorados, Satnet servicios agregados y telecomunicaciones, Editorial Gran Tauro, Estudio Jurídico Vivanco & Vivanco, Casa Comercial Vivanco.
Grupo el Juri	Tv Telerama y sus 12 frecuencias, accionistas de TV cable y varios negocios automotrices y de perfumería.
Grupo Pérez	Diario El Universo, Revista Sambo, La Revista, Radio City, Diario Súper, Canodros, Unipartes asociados al Banco de Guayaquil, además socio del Grupo Alvarado Roca en el sistema de televisión Univisa. También presentaba participación accionaria en: Uniprensa, UniDiario, Agrícola Guayaquil, Uniediciones, Industria de alimentos Sanst Inés, Inmobiliaria Santa Mónica, Empresa Minera Cumbaratza.
Grupo Alvarado Roca	Ecuavisa y sus 19 frecuencias, las revistas: Vistazo, Estadio, Hogar, Generación 21. Además son dueños de la imprenta Artes gráficas Senefelder. Su participación accionaria se extiende a las inmobiliarias: Roalva, Alcor. Incluso a empresas informáticas: Cendetel, Dontropic, Agroespítitu.
Grupo Mantilla - Ortega	Ecuador radio. Además accionario en: Megadatos, Access proveedora de Internet, Ediecuatorial.

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Grupo Egas - Grijalva	Teleamazonas, Dinediciones, Agencia Delta Publicidad, Revista Gestión, Revistas: Diners, Soho, Fucsia, Gente, Cosa; y asociación con empresas bancarias como Banco del Pichincha, Banco de Loja, Banco Rumiñahui, tarjeta de crédito Diners Club Internacional. Además de otras empresas con acciones en: Multicines, financiera Interdin, financiera Amerafin.
Grupo Isaías Dassum – Antón – Bucaram * Las empresas de este grupo fueron incautadas por la Agencia de Garantías en 2008. Principalmente, las empresas de comunicación continúan en manos del Estado.	Ecuatronic (instaladoras de emisoras). Telecentro, Gamavisión, Cable Visión (Cable Deportes y Cable Noticias) HTV (música y videos). Diario Expreso (accionista), La Razón (cerrada en sept. 97, en renovación) Radio Bolívar (Q) (accionista), Radio Sideral (Q), Radio Sonorama FM (nacional) súper K 800, Carrousel Revista MAS(reemplaza a la revista La Otra) (cerrada en sept. 97), Revista Samborondón (circula en las Ciudades La Puntilla en Guayaquil), Revista El Agro, Revista La Onda. Grupo Editorial UMINASA Canales de TV en Florida, Estados Unidos. Accionista mayoritario del sistema Nacional de televisión por cable TV Cable.

Fuentes: Elaboración del autor con información de estudios realizados por la Universidad Central y Fundación José Peralta.

El grupo mediático de Ángel González empezó hace 30 años a introducir en el país con la compra de varios medios de comunicación, constituyéndose como el segundo grupo después del Estado en concentrar en cantidad más medios de comunicación, éste además, es el único grupo extranjero que ha visto en el país la oportunidad de inversión en el sector mediático.

Es importante recalcar que los datos recogidos de la Tabla 2 son antes de que el Gobierno actual, a través de consulta popular en 2011, decretara que los medios de comunicación no pueden mantener vínculos con la banca, ya sea en calidad de accionistas o propietarios directos. Pero esto no quiere decir que el paralelismo político que dependía de estos grupos haya cambiado, pues aún nos quedan indicadores que analizar para valorar el grado de neutralidad política en los medios.



Tabla 7

NEXOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS FINANCIEROS

Entidad Financiera y grupo mediático	Medio de Comunicación
Grupo Pichincha - Grupo Egas	Diners Club, las revistas Gestión, Soho y Teleamazonas (este canal recientemente cambio la figura de sus acciones) y Radio Colón.
Banco del Austro – Grupo El Juri	ETV Telerama
Banco de Machala - Grupo Quirola Canessa	Cadena caravana

Fuente: Elaboración del autor.

4.2. PARALELISMO POLÍTICO

Para entender esta variable es fundamental definir el concepto de ‘paralelismo político’. Por lo que lo haremos desde la perspectiva de Hallin y Mancini, quienes catalogan a éste como “la proximidad entre los sistemas políticos y comunicativos así como a su grado de autonomía”²⁴⁰. No obstante, dentro de esta variable encontramos indicadores que valoran este nexo en el contenido de la información publicada por los medios, las relaciones organizativas de los periodistas en sindicatos, cooperativas y sus tendencias políticas, la cantidad de personas de un medio que son políticamente activos, pluralismo interno y externo del medio y, finalmente el partidismo de las audiencias de los medios de comunicación²⁴¹.

Basados en estas características los autores han visto cómo en los países del mediterráneo existe un alto paralelismo político que deviene de un estrecho lazo entre

²⁴⁰ HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas... Op. cit.*, p. 25.

²⁴¹ *Ibid.*, pp. 25-26.



el sistema político y el sistema mediático. Sin embargo, a diferencia de Portugal, España e Italia, el Ecuador no cuenta con una línea directa entre los partidos políticos y los medios de comunicación pues, como ya se mencionaba al inicio, estos obedecen a una lógica ‘hipercomercialista’. Por tanto sus afinidades políticas no son fiables.

Sin duda esto es el resultado de un sistema de partidos débil, atravesado por una crisis de representación política. De acuerdo con datos del Latinobarómetro 2010-2011²⁴², el grado de cercanía a los partidos, bajo la categoría de “muy” partidarios, sería del 22% en Ecuador, mientras que la satisfacción por el voto sería apenas del 12%²⁴³. Es esta falta de credibilidad en los partidos, los representantes políticos, y el quiebre institucional y político en el interior de los mismos, lo que ha deslegitimado y mermado la presencia partidista en el escenario político. Es así que hoy son los partidos políticos los que piden favor a los medios, más no viceversa. La crisis de los partidos ha propiciado un vacío de representación que hoy por hoy es cooptado por los medios de comunicación para abrirse paso en la contienda política.

Es en este escenario en el que los medios de comunicación han suplido el vacío de representación política para posicionarse políticamente como la oposición. Aunque cabe decir, que también su crecimiento como tales ha ido de la mano del discurso populista que ha plantado el rostro de un actor político que unas veces se visibiliza en sus periodistas y otras en sus propietarios. ¿Pero tienen los medios suficiente apoyo público? Según el informe del Latinobarómetro de 2010 en que se preguntó “¿El presidente debe controlar los medios de comunicación?”, un 36% de la

²⁴² Para desarrollar los datos del 2011 se aplicaron 20.204 entrevistas cara a cara en 18 países entre el 15 de Julio y el 16 de Agosto 1, con muestras representativas del 100%, de la población nacional de cada país de 1.000 y 1.200 casos, con un margen de error de alrededor de 3%, por país (LATINOBARÓMETRO, *Informe 2011*, Santiago de Chile, Corporación Latinobarómetro, 2011, p. 42).

²⁴³ *Ibid.*, pp. 62,76.

población opina que sí, siendo este uno de los índices más altos de América Latina, superado solo por Paraguay, Brasil y República Dominicana²⁴⁴.

Sin duda esto nos revela las actitudes hacia los medios de comunicación enmarcadas en la disputa que tienen ciertos medios de comunicación privados con el gobierno nacional. Al ser ésta alta, se puede deducir que los medios se han convertido de esta manera en la principal oposición, superando la representatividad de los partidos políticos, deslegitimados como principales contendientes dentro del campo político. Debemos apreciar estos indicadores desde la perspectiva de un cambio de la relevancia de este actor en el campo político. De esta manera, cuanto más disminuye la importancia de los partidos, más aumenta la relevancia de los actores mediáticos.

4.2.1. Contenido de la información publicada por los medios

Mayra Intriago, en un análisis que hace de las tendencias de las entrevistas televisivas sobre la Ley de Comunicación en el periodo del 23 de noviembre al 4 de diciembre de 2009, observó dos noticieros matutinos, uno de Teleamazonas y el otro de Ecuavisa, para determinar cuál era la agenda que marcaban los medios en relación a la discusión de la Ley de Comunicación. En éste estudio se consideraron variables como: la cantidad de entrevistas, el tiempo de cada una de ellas y la posición del entrevistado en relación a la Ley (en contra, equilibrada o a favor). Los resultados se observan en la Tabla 8²⁴⁵.

²⁴⁴ LATINOBARÓMETRO, *Informe 2010*, Santiago de Chile, Corporación Latinobarómetro, 2011, p. 34.

²⁴⁵ INTRIAGO, M., “Tendencias de las entrevistas televisivas sobre la Ley de Comunicación 2009”, en *Mediaciones-Ciespal*, 2009, versión digital:

El cuadro claramente nos muestra cómo la cantidad de entrevistas seleccionadas en contra del proyecto de ley duplican a las que promueven su aprobación, tanto en un medio como en el otro. No obstante, si vemos el número de entrevistas según la posición del entrevistado, veremos como el número supera incluso a los que se encuentran a favor y en contra. Sin embargo, cabe notar que Teleamazonas sí presenta una tendencia mayor a tener entrevistados en contra de la ley, incluso con una diferencia muy superior sobre las que están a favor. Tras éste análisis podemos deducir que existe un desequilibrio sobre la presentación de los contenidos, y por tanto de la información, en temas muy concretos que afectan directamente al sector mediático, como es la ley de comunicación.

Tabla 8

ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN LAS ENTREVISTAS TELEVISIVAS SOBRE LA LEY DE COMUNICACIÓN

Posición del entrevistado	En contra		Equilibrado		A favor		TOTAL	
Programa	n	Tiempo minutos	n	Tiempo minutos	n	Tiempo minutos	n	Tiempo minutos
Contacto Directo	2	17	6	60	1	6	9	83
Hora 7	10	90	4	45	2	31	16	166
Total	12	107	10	105	3	37	25	249

Fuente: INTRIAGO, M., “Tendencias de las entrevistas televisivas sobre la Ley de Comunicación 2009”, en *Mediaciones-Ciespal*, 2009, <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/222-tendencias-de-las-entrevistas-televisivas-sobre-la-ley-de-comunicacion.html> (consultado el 12-10-2012).

<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/222-tendencias-de-las-entrevistas-televisivas-sobre-la-ley-de-comunicacion.html> (consultado el 12-10-2012).



4.2.2. Relaciones organizativas de los periodistas en sindicatos o cooperativas

La única organización periodística y de poca fuerza política en el país es la Unidad Nacional de Periodistas del Ecuador (UNP), que se constituyó en 1940, integrada por periodistas en plena actividad en los diarios de *El Comercio*, *El Día* y *El Debate de Quito*; *El Telégrafo*, *El Universo* y *La Prensa*, de Guayaquil. Más tarde acogerían a más periodistas en ejercicio, no sólo reporteros, sino también editorialistas y cronistas. Un par de veces este organismo ha hecho públicos comunicados que denuncian una supuesta falta de libertad de expresión del país pero las mociones presentadas no han tenido incidencias políticas.

Por otro lado, la sindicalización de esta profesión ha sido truncada por una falta de apego a las leyes en el país. Es así que a pesar de que en la constitución se protege la figura sindical, lo cierto es que, para que éstas se formen, la empresa debe cumplir con un mínimo de 30 trabajadores/as; no obstante ésta se ha visto obstaculizada.

Los medios de comunicación han estado acostumbrados a tercerizar a sus empleados para no declararlos en la plantilla de activos fijos. De esta forma también se ahorran en el pago de la seguridad social, así como es el pago justo según el salario mínimo establecido. Situación que cambió con las reformas realizadas a la Ley de Comunicación y las reformas al Código de Trabajo. Con el gobierno de Rafael Correa se prohibió la tercerización de los empleados, y se promovió por ley la obligatoriedad de la profesionalización para ejercer como periodista y camarógrafo.



A raíz de ello el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) “ha registrado en el 2015, un total de 1124 medios de comunicación y 7151 trabajadores vinculados a actividades comunicacionales”²⁴⁶.

Para aquellos que están trabajando en los medios de comunicación sin el título correspondiente, la normativa ha dado de margen 6 años para que esto se cumpla a carta cabal. Solo quienes trabajan en espacios de opinión son la excepción a la regla.

4.2.3. Tendencias políticas y activismo político de los periodistas

Aunque no es común encontrar periodistas que ejerzan y a su vez trabajen en un cargo público, sí lo es el utilizar los medios de comunicación como plataforma política. En Ecuador, podríamos nombrar a Rolando Panchana, ex periodista y hoy asambleísta por el movimiento oficialista, a Cynthia Viteri, actual asambleísta por el Partido Social Cristiano, a Gabriela Pazmiño, asambleísta por el Partido Roldosista Ecuatoriano y otros más.

No obstante, se puede identificar como activismo político el caso de dos periodistas televisivos que hoy han dejado la pantalla, dado su pelea directa con el primer mandatario a través de los medios de comunicación.

Durante la elaboración de la Ley de Comunicación los medios tuvieron dos periodistas que lideraron el discurso de la prensa en contra del Gobierno y los artículos que promovía el oficialismo a través del nuevo marco jurídico.

²⁴⁶ CORDICOM, *Registro Público de Medios*, 2015, <http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-presenta-el-registro-publico-de-medios-rpm/> (consultado, 10-12-2015).



4.2.3.1. El caso de Jorge Ortiz

‘Tipejo’ y ‘pitufito’ fueron los calificativos con los cuales el Presidente de la República se refirió a Jorge Ortiz, periodista con más de treinta años en el ejercicio de la profesión, por ser crítico del Gobierno no sólo en sus editoriales sino también en sus entrevistas televisivas. La represalia al medio llegó con la prohibición a todo el Gabinete Ministerial de aceptar invitaciones de la cadena Teleamazonas para su participación en el estudio con este periodista.

Debemos recordar que Ortiz, junto a Carlos Vera, alentó la campaña electoral de Correa como Presidente en 2006 pero, una vez llegado al poder, la situación fue otra. Un ejemplo de tantos casos sucedidos contra el Gobierno ocurrió después de que en Teleamazonas pautara un comercial del régimen sobre el incremento de inversión en el área social, en el que se diferenciaba con los periodos de los últimos cuatro gobiernos. Al finalizar, Ortiz hizo su comentario sugiriendo que debería compararse el tiempo de Gobierno de cada uno de ellos y el precio del barril de petróleo en cada época. En respuesta a ello, se destinó una cadena nacional de 4 minutos solo para responder los comentarios de Ortiz que como lo hizo notar el presentador fue de apenas segundos. Lo que se dijo en ella fue:

“A un evidente actor político, que pretende como ha sido su costumbre confundir a los ciudadanos, sepultando de manera definitiva su credibilidad, le decimos ya basta señor Ortiz. El periodista está para transmitir información, para orientar la información pública y no para demostrar odios infundados”²⁴⁷.

²⁴⁷ Cadena nacional del Gobierno Nacional: contestación al periodista Jorge Ortiz, *Ataque mediático del Gobierno en contra del periodista Ortiz*, 2009, <http://www.youtube.com/watch?v=rpD-yQt0dLA>, (consultado el 7-01-2012).



Tiempo después se dio paso a la suspensión temporal del medio, por reincidir en la difusión de noticias basadas en supuestos, pero los altercados continuaron en cadenas obligatorias por el Gobierno a la misma hora en la que aparecía el presentador de televisión.

4.2.3.2. El caso de Carlos Vera

“Que nos deje vivir en paz el señor Vera, que no sea tan mediocre, que no somos tampoco unos animales para vivir en cuartos de covacha”²⁴⁸. Esa es una de las declaraciones entre varios ciudadanos en una cadena del Gobierno que muestra su malestar contra el ex presentador de televisión Carlos Vera, de la Televisora Ecuavisa, cuando en uno de sus programas se refería a las viviendas que había ofrecido el Gobierno para las personas de bajos recursos económicos. Las versiones de lo sucedido fueron pasadas en cadena nacional.

Voz en off: “...y un político que siempre se disfrazó de periodista descuida su lenguaje”.

Carlos Vera: “Y si eso llaman casas, está bien covachas de cemento”²⁴⁹

De esta palabra se valió el Gobierno para tratar a Vera como un periodista indolente de las condiciones de vida de la población ecuatoriana. Sin embargo, el activista político defiende en su libro ‘¡Nunca Mordaza!’²⁵⁰, no haber mencionado esa

²⁴⁸ Cadena nacional del gobierno en respuesta al comentario del periodista Carlos Vera, *Cobachas de Carlos Vera y el Gobierno del Ecuador*, 2008, http://www.youtube.com/watch?v=XqO_HfypogU, (consultado el 15-01- 2012).

²⁴⁹ *Ibid.*

²⁵⁰ VERA, C., *Nunca Mordaza: Gobiernos-TV-Empresarios*, Quito, Paradiso, 2009, p. 84.



palabra, siendo esta un montaje de audio y sugiere que si se revisa con minuciosidad se vería un desfase de *lipsing*²⁵¹.

Pero más allá de una disputa pública por defender a los intereses de los bandos a los que pertenecen, lo cierto es que la situación se convirtió en una batalla personal entre el periodista y el jefe de Estado. Vera destinó parte de sus programas a desmentir lo que él consideraba como mentiras de Correa, con pruebas de grabaciones emitidas en entrevistas o documentos. Al igual que a Ortiz, el Presidente no dudó en poner apodos a Vera: “machito ignorantón” y ‘pitufu’, que hallaron su respuesta con insultos como: “hipócrita, tirano, dictador, lenguaraz, cobarde, Pitufina, ignorante, trastornado mental, traidor, demagogo, mentiroso...”.

En esta batalla de ida y vuelta, la respuesta de Correa fue prohibir a todo funcionario gubernamental ir al programa de Vera desde el 2007²⁵². Pero ¿por qué el medio, a pesar de sus temores al verse afectado por el Gobierno, no cede ante las presiones del mismo? ¿Habría sido por el rating que sumaba esta pelea incesante o quizá porque Vera era la voz de un periodista en defensa de los intereses de toda una industria de comunicación que estaba en contra del nuevo marco legal para los medios de comunicación?

Al final la presión en el interior y fuera del canal, además de los problemas con el apuntador, llevaron al ex presentador a renunciar a su cargo en una transmisión de su programa en directo.

²⁵¹ Desfase entre el audio y el movimiento de los labios.

²⁵² “El Presidente Correa lo afirmó en el programa de Andrés Carrión en Canal Uno, el 26 de agosto de 2007. ‘Me ratifico, con un majadero como Carlos Vera, que llamó ignorante al Presidente, yo directamente doy la orden a mis Ministros para que no vayan’. Poco después de la salida de Vera, Lenin Artieda habría recibido una llamada de Fernando Alvarado, secretario general de la Presidencia, para decirle que los ministros estaban a la orden para cualquier entrevista” (VERA, C., *Op. cit.*, p. 84).

Como vimos, los dos periodistas analizados han sido objeto de cadenas nacionales que deslegitiman su discurso, elevándolos a un nivel de actores políticos y representantes de sus respectivas cadenas de televisión para posicionarse frente a una lucha que entrelaza varias tensiones de poder, entre ellas la disputa por la aprobación de la ley de comunicación.

4.2.4. Pluralismo interno y externo del medio

En cuanto a esta categoría, se debe mencionar que los medios de comunicación no cuentan con un mecanismo que integre la diversidad periodística, en base a sus tendencias políticas, y menos aún que los medios de comunicación sean representantes de los diversos grupos sociales, puesto que, como ya hemos señalado, el dominio de la empresa privada está enfocada en sus intereses particulares. Mientras que la endeble empresa pública cuenta con un discurso plenamente oficialista, del cual podríamos decir que sus periodistas son simpatizantes. Pero no existiría una fuente confiable para ello, puesto que no existe una sindicalización u organización política de los profesionales de la comunicación.

4.3. INTERVENCIÓN ESTATAL

Para desarrollar este apartado es necesario recordar que el país basa sus políticas de comunicación en una ley que fue hecha durante la dictadura, además de un escenario donde las frecuencias del espectro radioeléctrico fueron por muchos



años repartidas según favoritismos durante la época neoliberal. Y en un escenario donde el medio público apenas ha tenido sus inicios.

Para Hallin y Mancini la forma más importante de intervención estatal es la que se ejerce a través de la radiotelevisión, pues revela el grado de paralelismo político. Para ello estos autores han considerado los cuatro modelos básicos de gestión de la radiotelevisión pública de Humphreys que son: el modelo gubernamental, el modelo profesional, parlamentario y cívico²⁵³. Sin duda, para el caso latinoamericano, con especial atención en el Ecuador, el modelo gubernamental es el que rige la tendencia de los medios públicos, ya que se encuentran directamente controlados por el gobierno o por la mayoría política.

El Estado ha dado subvenciones a la prensa y estas ayudas han desempeñado un papel importante como mecanismo de presión y codependencia, ya que el Estado ha llegado a ser el principal anunciante de los medios.

En materia de políticas de comunicación, los autores también destacan otras formas de intervención:²⁵⁴

- leyes que abordan la difamación, la privacidad, y el derecho de réplica
- leyes que abordan la incitación al odio
- leyes que abordan el secreto profesional de los periodistas (protección de fuentes) y leyes acerca de la conciencia (protección de los periodistas cuando cambian la línea política del periódico)
- leyes que regulan el acceso a la información gubernamental
- leyes que regulan la concentración, la propiedad y la competencia de los medios de comunicación

²⁵³ HUMPHREYS, 1996, p. 158 en HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas mediáticos comparados*, Barcelona, Hacer, 2008, pp. 27-29.

²⁵⁴ HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas... Op. cit.*, p. 39.

- leyes que regulan la comunicación política, especialmente durante las campañas electorales.

Para poder observar con detenimiento cual es el grado de intervención Estatal en el sistema mediático, empezaremos por analizar el surgimiento de los medios públicos, su influencia en la empresa privada, y finalmente nos detendremos en la Ley de Comunicación aprobada después de cinco años y medio de que iniciase su debate en la Asamblea. Esto es de suma importancia para conocer cómo se regulan a las empresas de comunicación del país.

4.3.1. Medios públicos

Guillermo Mastrini considera que el servicio público de radiodifusión es importante en la medida en que garantice el ejercicio del derecho a la comunicación de los ciudadanos²⁵⁵. Es por ello que, es necesario un periodismo responsable por parte de quienes trabajan en estas empresas para evitar que no sea un brazo político más del gobierno de turno. Lo fundamental es dar voz a los pueblos y para ello Mastrini sugiere independencia política de los gobiernos e independencia económica del mercado.

Lamentablemente, en Latinoamérica la mayoría de medios públicos han servido de voceros de los intereses de los gobiernos, negando la posibilidad de que la ciudadanía los vea como una alternativa válida para la difusión de información de calidad.

²⁵⁵ MASTRINI, G., “Medios públicos y derecho a la comunicación”, en *Revista Herramienta*, 2011, n° 47, <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/medios-publicos-y-derecho-la-comunicacion> (consultado el 9-10-2012).



Entrando en el contexto ecuatoriano veremos que en el 2008 un hecho histórico cambió el rumbo de los medios públicos del país. Éste sería la incautación de 195 empresas vinculadas a los hermanos Roberto y William Isafas (ex accionistas de Filanbanco) por la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD), conforme al artículo N° 29 de la Ley de Reordenamiento en materia económica y tributaria. Esto en respuesta a lo sucedido el 2 de diciembre de 1998, cuando el Ecuador vivió el feriado bancario y congelamiento de los depósitos con pérdidas registradas por la Junta Bancaria de hasta 661 millones de dólares.

Entre la larga lista de empresas se encontraban alrededor de 16 medios de comunicación. Entre ellos 5 canales de televisión, tres de cable (TvCable, Cable Noticias y Cablevisión) y dos de señal abierta y de alcance nacional (Gama tv y TC televisión). La intervención a dichos medios fue el 8 de julio, dejando varias secuelas en el camino. Carlos Alvarado fue el designado por el Gobierno para administrar Gama tv, quien suspendió los programas de entretenimiento ‘Buenos Muchachos’ e ‘Infiltrados’. Más tarde, ante la inconformidad del personal, Nicolás Vega asumió la administración del Canal. Desde entonces los medios incautados han servido de canales transmisores del discurso populista tanto en los espacios informativos como de publicidad oficial²⁵⁶.

Esto no quiere decir que exista una sumisión de los periodistas ante el nuevo mando del medio. Pero sí nos muestra cómo estos están inmersos en un sistema de relaciones de poder, que responden a una serie de intereses que van más allá de su producción individual, en este caso los jefes de redacción, que a su vez dependen de

²⁵⁶ Un ejemplo de ello es el registro mantenido por Fundamedios sobre la cobertura de los medios televisivos en torno a las elecciones Presidenciales del 26 de abril de 2009. En este informe se especifica que el Presidente Rafael Correa es el segundo actor que más exposición mediática tuvo después del Consejo Nacional Electoral. Ecuador tv le dio una cobertura del 20,83%, Gama tv - 14,40%, TC televisión - 3,70%, Teleamazonas - 8,96%, RTS - 5,12% y Ecuavisa 5% (RICAURTE, C., (ed.), *La palabra rota: Seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano*, Quito, Fundamedios, 2010, p. 141).

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

los dueños del medio, los cuales son los que determinan la línea ideológica de lo que se va a decir o mostrar.

Los medios citados en manos del gobierno estuvieron obligados a pasar el Enlace Ciudadano dirigido por el presidente Correa todos los sábados, al cual se sumaban radios, y otros canales que quieran plegarse voluntariamente, además de los medios creados por el gobierno: Ecuador TV y Ecuador radio. Más tarde, la transmisión se limitó a los medios reconocidos legalmente como públicos, incluyendo los incautados que hasta la fecha de hoy no han sido puestos en liquidación. En consecuencia, estos pasaron a ser responsabilidad del Estado, junto a los periódicos *El Telégrafo* y las revistas del grupo La Otra, así como Radio Universal. Mientras que el diario *El Ciudadano*, Ecuador TV, Agencia Andes de noticias y Radio Pública fueron creados por el gobierno actual.

“...las pérdidas de Editogran, que imprime los diarios *El Telégrafo* y *PP El Verdadero*, ascienden a \$17 millones... eso va con la curva de producción y gastos de los útiles escolares, que es la mayor cantidad de trabajo que tiene la empresa, y el mayor gasto”²⁵⁷.

Antes de ellos, el país no contaba con medios impresos y televisivos públicos, lo cual es paradójico, pues mientras en Europa el modelo de la radiotelevisión se ve afectado por una crisis, en América Latina se vive recién un modelo con predominio de los medios públicos como maquinarias ideológicas de los gobiernos populistas en la región. A pesar de que en otros países latinoamericanos sí se tiene un registro mayor de los medios públicos. Pero aun así estos han sido débiles y sin duda politizados por los gobiernos de turno. El fortalecimiento actual de estas empresas se enmarca en un escenario social con gran influencia mediática, en especial de la televisión, donde la espectacularización de la información es el ingrediente fundamental de todo discurso que busque acogida en el público. Pero sobre todo por

²⁵⁷ *El Universo*, 3-09-2014.



la presencia de líderes populistas que han visto en esto la posibilidad de propagar de manera efectiva sus doctrinas.

Para Mastrini, la razón por la cual Latinoamérica cuenta con un sistema mediático público incipiente es debido al nacimiento de sus medios con un fin comercial. Además considera que el ambiente de las dictaduras y golpes militares dotó de desconfianza al manejo de los medios de comunicación por parte del Estado²⁵⁸.

Mastrini recoge las ideas de Valerio Fuenzalida y Omar Rincón, para insistir en la necesidad de reformular los servicios públicos latinoamericanos, con la intención de que estos sean reconocidos socialmente. Señala que la importancia de encontrar un equilibrio para mantener los niveles de audiencias masivas y la sostenibilidad económica. Pero además, la idea de una televisión pública participativa, democrática e inclusiva²⁵⁹.

Estos serían los retos de una radiotelevisión pública que debe legitimar su presencia en la sociedad desligándolos de la categoría de medios públicos gubernamentales.

²⁵⁸ MASTRINI, G., Medios..., (*passim*).

²⁵⁹ FUENZALIDA, RINCÓN, 2001, en MASTRINI, G., “Medios públicos y derecho a la comunicación”, en *Revista Herramienta*, 2011, n° 47, <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/medios-publicos-y-derecho-la-comunicacion> (consultado el 9-10-2012).

Tabla 9

25 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS EN ECUADOR

Categoría	Medio
Televisión	Tc Televisión, GamaTv, Cable Noticias, Cable Deportes, ArturOh, Ecuador Tv, Canal de la Asamblea Nacional.
Diarios	El Telégrafo, PP El Verdadero, El Ciudadano.
Revistas	La Onda, El Agro, Samborondón, Valles, La Otra.
Radio	Radio Pública del Ecuador, Radio de la Asamblea Nacional, Carrusel, Súper K 800, Pichincha Universal, Radio Ciudadana
Agencia	Agencia Andes.
Medios digitales	El Ciudadano TV, El Ciudadano radio, El Ciudadano Web.

Fuente: RICAURTE, C., “Ecuador”, en *Artículo XIII, Informe sobre control estatal de los medios de comunicación*, 2015, p. 29. <http://www.alianzaregional.net/miembros/> (consultado 25-01-2016).

Un estudio realizado a 800 personas por Alexandra Ayala, investigadora de CIESPAL, el 29 de agosto de 2009 en Quito y Guayaquil, nos permite observar la percepción que tienen los ciudadanos de los medios públicos en el país.

De acuerdo al análisis se evidenció que el 88% de la ciudadanía seleccionada reconoce la existencia de estos medios. No obstante, del 50% de las personas que nombraron algún medio público, solo el 25,7% acertó al mencionar a los existentes. Los demás nombraron un medio privado o uno de los incautados por la AGD. Esto nos muestra claramente cómo la percepción de los ecuatorianos es ver a los medios

adquiridos bajo la expropiación como propiedad pública y dependientes del gobierno²⁶⁰.

El legitimar el modelo público podría ser complicado ya que, como bien lo menciona Mastrini, el mayor desafío de la actualidad está en el sobrevivir a los procesos de digitalización, donde los medios públicos no son contemplados. La sobreabundancia de recursos de comunicación puede desplazar esta alternativa de comunicación comunitaria, pero está en la lucha el mantener los valores que lideran este proyecto.

4.3.2. Las subvenciones a los medios de comunicación

En época de campaña (2006), cuando Rafael Correa era aspirante a la Presidencia, varios medios de comunicación de alcance nacional como Ecuavisa y Teleamazonas, lo apoyaron directa o indirectamente al proporcionarle mayor protagonismo tanto en sus espacios informativos como en coberturas o entrevistas. Sin embargo, con el pasar del tiempo la relación se fue resquebrajando entre los medios y el Gobierno, por una serie de acciones tales como el incremento del IVA al papel periódico y la anulación de contratos con los medios de comunicación escritos que tenían acciones en paraísos fiscales. Éste fue el decreto Ejecutivo No. 1793, que modificaba la Ley de Contratación Pública que prohibía al Estado el celebrar contratos con “empresas de papel”.

²⁶⁰ AYALA MARÍN, A., “Percepción de los medios públicos”, en *Mediaciones-Ciespal*, 2009, <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/221-percepcion-de-los-medios-publicos.html> (consultado 2-09-2012).



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

De esta forma, el Gobierno dejó de pautar publicidad en los diarios *El Comercio*, *El Universo*, *La Hora* y *Revista Vanguardia*, los cuales se vieron obligados a traer sus inversiones al país desde las Islas Vírgenes - Estados Unidos y Panamá, las Islas Gran Caimán, las Bahamas, Gran Bretaña y Colombia, respectivamente²⁶¹.

Meses después, el Presidente amenazó en el Enlace Ciudadano a diario *El Universo* de perder la pauta publicitaria, tras la publicación de una noticia en la que se comunicaba que el Gobierno había gastado 17 millones en publicidad oficial. A esto se suman más denuncias del mismo diario, alegando otras presiones de este tipo.

En 2012, en el Enlace Ciudadano No. 282, el Presidente ordenó a la Secretaría de Comunicación suspender el pautaje oficial en medios privados. “No tenemos por qué, con dinero de los ecuatorianos, beneficiar el negocio de seis familias de este país. No se manda publicidad oficial, se acabó”, dijo el Mandatario²⁶². La medida resulta considerable, al conocer que el Estado ecuatoriano es conocido como el principal anunciante por inversión publicitaria y número de avisos en el país²⁶³.

La Tabla 10 es un ejemplo de cómo la dependencia entre estos actores en torno al pautaje publicitario oficial, se ha convertido en un importante generador de sustanciosas entradas²⁶⁴. Empero, esto no implica que la prensa sea víctima de este escenario, ya que, los intereses políticos y económicos hacían que la misma prensa no busque independencia del Estado.

²⁶¹ Secretaría Nacional de Comunicación.

²⁶² Enlace Ciudadano No. 282, <https://www.youtube.com/watch?v=JPuMmL3M5uQ/> (consultado el 5-10-2015).

²⁶³ Agencia alemana Dpa Wenn, 2009.

²⁶⁴ Autores relacionados: Salwen y Garrison, 1991; Heuvel y Dennis, 1995; Waisbord, Silvio, 2000.



Tabla 10

**GASTO EN PUBLICIDAD DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE
COMUNICACIÓN DEL ECUADOR**

	2013	2014
Medios Digitales	-	\$ 24.000,00
Televisión	\$ 41.958,00	\$ 929.140,52
Radio	\$ 18.011,00	\$ 230.000
Prensa Escrita	\$ 9.001,00	\$ 175.905,09
TOTAL	\$ 68.970,00	\$ 1'359.045,61

Fuente: Secretaría Nacional de Comunicación del Ecuador

Estas cifras demuestran cómo los medios de comunicación son, en palabras de Silvio Waisbord, ‘maquinarias de información’ subordinadas al Estado y al mercado. Esta proximidad es la que impide el desarrollo de un periodismo responsable que cumpla con el deber de denunciar todo tipo de irregularidad y no solo aquella que viene del Gobierno cuando éste no perjudica intereses del medio o de los grupos de poder aliados²⁶⁵.

No existen medios independientes. Todo funciona en base a una “red de relaciones” económicas. Esta es una postura fuerte y bastante crítica por parte de Nerone, quien abre las puertas de un cuarto de corrupción donde las relaciones entre políticos, audiencia, autoridades y adversarios son importantes para marcar una agenda pública²⁶⁶. Es entonces cuando la acumulación de capital económico se

²⁶⁵ WAISBORD, S., *Watchdog Journalism in South America*, New York, Columbia University Press, 2000, p. 4.

²⁶⁶ NERONE, J., *Violence Against the Press*, Oxford, Oxford University, 1994 (*passim*).



convirtió en el pilar de la acumulación de capital político²⁶⁷. Así llegamos al planteamiento de Waisbord: “toda producción de noticias es política”, lo que nos lleva a pensar ¿en qué medida los ideales comerciales sobrepasan los políticos? ¿Tienen los medios una identidad política definida?

Si hablamos de los medios privados, la respuesta estaría en duda según el caso, aunque se evidencia una entrega al mercado, pero si nos remitimos a los estatales incluyendo los incautados, la postura es clara. Un ejemplo de ello es la renuncia de José Toledo, vicepresidente de noticias de los canales de televisión incautados por la AGD, quien arguye que era víctima de presiones políticas por parte del partido oficialista, con el fin de utilizar las televisoras en beneficio de los intereses políticos de la ‘Revolución Ciudadana’. Estas acciones tienen fundamento al considerar que los medios de comunicación, en especial la televisión, se comportan como herramientas movilizadoras de la opinión pública sobre las cabezas visibles del Congreso, los partidos y los movimientos políticos.

4.3.3. Regulaciones legales de los medios de comunicación

Como se ha mencionado antes, el Ecuador tiene poco apego al cumplimiento de las leyes. Es por ello que históricamente el proceso de regulación de los medios, en especial el de la concesión de frecuencias del espectro radio-eléctrico a empresarios privados, ha sido parte del juego político. Por decreto presidencial se conformó la Comisión de Auditoría de Frecuencias en noviembre del 2008, con la finalidad de develar las irregularidades en la concesión de licencias. Hernán Reyes,

²⁶⁷ Recordemos la relación banca – medios de comunicación que hoy la Ley prohíbe. Hasta el 2008 GamaTV y TC pertenecían al Grupo Isafas, ex accionistas de Filanbanco. Mientras que, hasta el 2010 Teleamazonas pertenecía al principal accionista del Banco del Pichincha.

tras analizar el informe, asegura que se ha puesto al descubierto la existencia de una “alta concentración de medios”, liderada por al menos cuatro concesionarios que controlan canales de VHF. Adicionalmente, señala que se verifican casos de corrupción en las concesiones que fueron dadas a parientes consanguíneos, compañías que encubren el nombre del titular, miembros del directorio de esa institución, etc. Pero no solo ello, sino que 1.269 solicitudes de frecuencias de radio y televisión nunca fueron atendidos²⁶⁸.

Sin duda esta es una clara violación de los preceptos constitucionales y evidencia de una cultura política poco cercana al cumplimiento de las leyes vigentes. Este hecho ha marcado por completo el sistema de medios del Ecuador, facilitando que los conglomerados mediáticos se encuentren en pocas manos, reduciendo el papel democratizador de la ley.

Después de este informe, y aún con las recomendaciones sobre una revisión de frecuencias a los casos que han sido identificados como irregulares, la justicia no ha decretado su ejecución a término de contrato. Sin embargo, el Gobierno ha liderado desde finales de 2009 un proyecto de Ley de Comunicación que llegó a su aprobación el 14 de junio de 2013. Esta ley pretende cambiar el sistema comunicacional a través de los derechos a una comunicación libre, intercultural, participativa e incluyente. No obstante, observando los artículos, hay una tendencia a regular principalmente la actividad de los medios de comunicación, que resulta positiva en unos ámbitos pero que en otros podría sugerir atribuciones autoritarias. Esta vendría a ser una normativa que busca sancionar los excesos de la empresa privada y concentrar el poder mediático en el Estado.

²⁶⁸ REYES, H., “1997-2005: el estallido de la democracia mediática”, en SEL, S. (coord.), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo América Latina y sus encrucijadas*, Buenos Aires, CLACSO, 2010, pp. 160-161.

A continuación podemos observar como la ley se ha ido modificando desde la dictadura militar y cuáles son las pautas de esta nueva ley de comunicación.

Tabla 11

EVOLUCIÓN DE LA LEY DE COMUNICACIÓN ECUATORIANA

	Ley de radiodifusión y televisión Decreto supremo No. 256- a registro oficial no. 785 del 18 de abril de 1975 General Guillermo Rodríguez Lara – dictadura	Reglamento general a la ley de radiodifusión y televisión (Decreto No. 3398) 15 de enero de 1996 Sixto Durán-Ballén Presidente Constitucional de la República	Ley Orgánica de Comunicación ²⁶⁹ 25 de junio de 2013 Rafael Correa presidente Constitucional de la República
Observaciones	Esta Ley no contempla regulaciones para la prensa escrita.	Reglamenta los diferentes aspectos contemplados en la Ley de 1975 y la Ley Reformatoria a Ley de 1995.	Este es el último informe que fue presentado para debate en la Asamblea por el presidente de la Comisión.
Libertad de expresión	En plena dictadura el principio básico es restringir la libertad de expresión basados en la doctrina de la seguridad del Estado	La entrada en el modelo neoliberal garantiza la apertura de los medios a cualquier sujeto político (principio liberal) pero no garantiza ese derecho a las colectividades	Se fortalece el rol del Estado regulando el espectro radioeléctrico en función de las colectividades asignando el 33% de este para uso de radios y televisiones comunitarias. Además se establece la posibilidad de que el Presidente de la Republica pueda restringir la libertad de expresión en caso de estado de excepción.
Tratamiento de la información	Pone énfasis en la seguridad del Estado, en el control, y en la penalización si atentan contra la moral o la seguridad del Estado.	El carácter conservador de Sixto Durán reafirma esto con una diferencia importante. Se puede establecer una demanda desde la acusación	Se establece una normativa más específica de las responsabilidades del “mal uso de la comunicación”. Nótese el regreso del Estado como constructor de la ley y

²⁶⁹ Anexo 4: Artículos críticos de Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador.



		particular por mal tratamiento de la información.	las garantías de derechos, no se menciona Seguridad del Estado, ni demanda particular hasta mucho después con los consecuentes juicios a los periodistas y la creación de la figura “linchamiento mediático” que limita el denunciismo y el señalamiento de los medios sobre un tema o a una persona en particular.
Presencia Estatal y ayudas	En la dictadura se libera de aranceles de importación de equipos para los medios de comunicación, posteriormente en 1990 se deroga esa ley a través de una reforma	Si bien en el 95 no se toca esta reforma lo que si ocurre a diferencia de la dictadura que tenía espacio de una hora en los medios obligatoriamente. En el 95 se limitan a diez minutos, lo que evidencia el momento político neoliberal de ese entonces, el apartamiento del Estado de los medios y el auge del control privado.	Se pasa a tres horas, a la posibilidad de cadenas en caso de estado de excepción y a un creciente acaparamiento de los medios.
Desconcentración de frecuencias	El tiempo de concesión es de 5 años. También cambia el carácter del rol del Estado en cuanto al espectro radioeléctrico, en el 75 es patrimonio nacional y de propiedad del Estado.	El tiempo de concesión es de 10 años. En el 95 deja de ser propiedad del Estado, cuando dice que es de uso preferente liberaliza el espacio radioeléctrico y lo restringe al uso de la comunidad.	El tiempo de concesión es de 15 años. Las frecuencias son vistas otra vez como propiedad del Estado sumándole el carácter de público, es decir abierto al ciudadano.
Medios públicos y consejos de regulación	Se hace un intento por crear un marco jurídico y de funcionamiento de los medios a través de un consejo con delegado presidencial	El consejo de telecomunicaciones es un organismo con menor poder y menor influencia política.	Se pretenden socializar los consejos de comunicación, otorgando participación a los ciudadanos pero concentrando el poder en el ejecutivo a través de sus integrantes
Tipos de las Estaciones de Radiodifusión y Televisión	Se reconocen dos clases de estaciones de televisión y radiodifusión: Comerciales privadas; y de servicio público.	Mayores beneficios para los medios comunitarios.	Se consideran medios de comunicación social a las empresas: públicas, privadas y comunitarias.

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Profesionalización	Basta con trabajar poco más de un año en el sector de la radio o televisión para tener licencia de locutor, mientras que como periodista no existe normas que obliguen su profesionalización y solo se rige al código de trabajo	No hay reformas	Es obligatorio la profesionalización de los periodistas para ejercer como comunicador a excepción de aquellos que trabajen en espacios de opinión.
Publicidad	No se hace alusión a este apartado	No hay reformas	Se busca la transparencia y la rendición de cuentas sobre la pauta publicitaria en los medios, al igual que la equidad por parte del Estado al poner publicidad en los diversos medios de comunicación.
Ejercicio periodístico	No se considera importante el papel del periodista	No hay reformas	La Ley prohíbe la censura previa y establece la responsabilidad ulterior. Y por primera vez se habla de la cláusula de conciencia para reclamar la independencia del ejercicio periodístico ético de los intereses del medio.

Fuentes: Elaboración del autor con datos de la Ley de radiodifusión y televisión de 1975, Reglamento general a la ley de radiodifusión y televisión, y Ley orgánica de comunicación de 2013.

Existe sin duda una tendencia a la regulación mediática y a ampliar derechos que no existían antes en la ley. Se debe considerar que aunque potencia el papel del Estado como regulador del sistema, también permite la desarrollo de un consejo regulador que estaría encabezado por un delegado del gobierno, y que contempla una regulación necesaria de las frecuencias que, durante muchos años, fueron parte de las prácticas clientelares del sistema de comunicación ecuatoriano. Otro tema importante



de la ley es la profesionalización de los periodistas, que permite mejorar la calidad informativa.

Después de expedida la Ley, en siete meses se promulgó el Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación, a fin de que se cumpla con la regularización del sector. En ella se expresa:

- La contratación de defensores de audiencias con remuneración por parte de la Superintendencia de Información y Comunicación. Serán designados por concurso público y cumplirán funciones durante dos años.
- Se protegerá las identidades de niños, niñas y adolescentes por lo cual no se podrá publicar nombres, fotografías e imágenes.
- Las redes sociales no constarán con regulación alguna.
- Los ciudadanos podrán solicitar rectificaciones a los medios de comunicación de forma personal si se viesen perjudicados en el mismo espacio en el cual fuese publicado los contenidos que motivan la petición.
- Inclusión del 5% de contenido intercultural con el texto en lengua original y la respectiva traducción al castellano.
- Regulación de horarios para la difusión de contenidos en televisión.
- La publicación de piezas publicitarias en televisión deberá ser de producción nacional a excepción de *tráileres* u obras extranjeras.
- La programación en televisión será mínimo en 60% de producción nacional y mínimo del 50% en radio²⁷⁰.

Otra norma expedida para la regulación del sector fue el Reglamento para la Ley de Telecomunicaciones, que fue aprobado en enero de 2015. En éste se estableció que el Ministerio de Telecomunicaciones será el organismo rector,

²⁷⁰ Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, Decreto Ejecutivo 214, Registro Oficial Suplemento 170 de 27-01-2014.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

encargado de disponer a ARCOTEL para la aplicación de políticas públicas, el cual tendrá potestad sobre el otorgamiento de títulos habilitantes para la prestación de servicios en telecomunicación. El reglamento presenta la posibilidad de restringir el derecho a acceder a contenidos colgados en la red:

“Art. 57.- La ARCOTEL en cualquier momento podrá establecer nuevas obligaciones de los abonados, clientes y usuarios [...] para lo cual emitirá regulaciones necesarias para el efecto”.

“Art. 58.- La ARCOTEL en cualquier momento podrá establecer nuevos derechos de los prestadores de servicios [...] para lo cual emitirá la normativa necesaria para el efecto”²⁷¹.

Aunque de momento el mismo Reglamento lo prohíba, en el artículo 3, al igual que en el artículo 22 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, se expresa que los usuarios podrán acceder a cualquier aplicación o servicio permitido disponible en la red de internet, y los prestadores de servicios no podrán limitar o bloquear el derecho de sus usuarios, a menos que éste lo solicite, por control parental u otras razones.

De esta forma, vemos que existe la posibilidad de controlar el contenido de las redes sociales, limitando el derecho de los usuarios y operadoras en momentos que considere necesario el Gobierno.

Para esto se debe considerar que, de momento, el Ecuador ha potenciado su infraestructura en telecomunicaciones, con 59.861 km de fibra óptica en 2015, 11.000 escuelas con acceso a TIC y 782 infocentros operativos a nivel nacional²⁷².

Finalmente, de acuerdo a una investigación llevada a cabo por *El Comercio*, serían nueve las instituciones que vigilan a los medios de comunicación en el Ecuador.

²⁷¹ El Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Decreto Ejecutivo N. 864.

²⁷² SENPLADES, *9RC Vive la Patria*, Senplades, 2016, p. 66.



Tabla 12

LAS ENTIDADES QUE VIGILAN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Supercom	Cordicom	Secom
La Superintendencia de Comunicación (Supercom) se creó con la ley de medios. Mediante dos contratos, la Supercom monitorea las 24 horas de contenidos noticiosos y publicidad en radio y televisión, y las ediciones diarias de medios impresos.	El Consejo de Regulación de la Comunicación (Cordicom) también realiza monitoreo de los contenidos de los medios.	La Secretaría Nacional de Comunicación (Secom) se encarga del monitoreo de contenidos periodísticos para el segmento “La libertad de expresión ya es de todos”, que transmite el presidente Correa todos los sábados durante los enlaces ciudadanos.
Defensoría del Pueblo	Observatorio Comunicación y Derechos.	Labcyd
La Defensoría apoyó a un grupo Glbtí para plantear una denuncia contra programas de TV que supuestamente difundían contenidos discriminatorios. Además, planteó una acción de protección contra Diario <i>Hoy</i> , por no rectificar una información.	Este Observatorio, creado con el aval del Consejo de Participación Ciudadana, planteó en junio una denuncia contra cuatro periódicos por supuestamente no haber dado cobertura a un viaje del presidente Correa a Chile.	El Laboratorio Comunicación y Derechos (Labcyd) es una iniciativa de la Defensoría del Pueblo, el IAEN y el Consejo de Participación. En junio presentó un índice con el cual analizará las presuntas violaciones de derechos en las que incurren los medios.
Ciespal	Humanas	Fundamedios
El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) es un espacio de foros y eventos, organizados conjuntamente con el Gobierno, para socializar la Ley de Comunicación y cuestionar el trabajo de los medios.	La Corporación Humanas tiene un observatorio sobre las mujeres en los medios, que analiza en 10 periódicos la cobertura que se da a los temas de violencia de género contra las mujeres. Entrega informes periódicos y un análisis sobre el tema.	La organización se encarga de monitorear los temas de libertad de expresión y asociación, acceso a la información y agresiones en contra de la prensa. Emiten alertas cada vez que haya ataques físicos, psicológicos, declaraciones verbales o juicios.

Fuente: *El Comercio*, 20-07-2014



4.4. DESARROLLO DE LA PROFESIONALIDAD DE LOS PERIODISTAS

Bajo el gobierno de Rafael Correa el país ha sido reconocido internacionalmente por una pugna gradual entre los medios de comunicación y el gobierno, en medio de un denunciismo por parte de la oposición sobre una supuesta falta de libertad de expresión. No sólo por los enfrentamientos registrados entre el mismo presidente y los dueños de medios como Teleamazonas, *El Universo* o *El Comercio*, sino también por la cantidad de agravios a la prensa durante sus cadenas, enlaces ciudadanos y demás intervenciones que han deslegitimado públicamente a los medios y sus periodistas. El 6 de junio de 2009 llegó a implementar el segmento denominado “La libertad de expresión ya es de todos” en sus enlaces de los sábados, donde se contrargumentaba la información dada por los medios. Este fue suprimido el 15 de octubre de 2010 con las siguientes palabras: “Estamos para más cosas, para mirar adelante, no para perder el tiempo con los mismos de siempre, representantes de un pasado que nos condenó a tantas miserias y desigualdades”²⁷³.

Es cierto que, a lo largo de los 17 meses que estuvo activo el segmento, empleó una de las canciones de Piero, que en su letra dice “mienten, mienten, no dejan de mentir”, y en su estribillo “y todos los días, y todos los días, los diarios publicaban porquerías”. Esto acompañado de una serie de insultos dirigidos explícitamente a la prensa. Solo en 48 cadenas analizadas durante el año 2013, se identificaron 76 agresiones verbales²⁷⁴.

En un estudio más reciente de la empresa de observación a los medios – Fundamedios– se registraron en 2015 377 agresiones, aumentando en un 44% desde 2008. Principalmente, éstas fueron en un 26,26% por procesos de aplicación de la

²⁷³ Declaraciones del Presidente Rafael Correa en el Enlace Ciudadano/sabatina.

²⁷⁴ RODAS, M., Cifras de Fundación Ethos, 2013.



Ley de Comunicación, seguida en un 23,08% por uso abusivo del poder del Estado²⁷⁵.

Este clima que vive el país contra los periodistas, ha hecho que el Ecuador según las categorías de *Freedom House*, pase en 2013 de ‘parcialmente libre’ a ‘No libre’, volviendo a su categoría inicial en 2015. Esto se debería a las regulaciones del Gobierno, que han restringido la cobertura de las campañas electorales. Además de la insistencia en retirar la publicidad oficial de los medios privados opositores, y un entorno cada vez más polarizado; incluyendo el número de casos penales y civiles que ha presentado a periodistas y empresas críticas de su gestión²⁷⁶. Empero, se debe contextualizar estas agresiones verbales y regulaciones en torno a países que viven un clima real de hostigamiento y hostilidad hacia el periodista hasta el punto de llegar al fallecimiento de los mismos. El Ecuador no registra muertes de periodistas en el periodo más reciente. Asimismo, Reporteros Sin Fronteras en su calificación mundial de la libertad de prensa 2015, ha situado al país en el puesto número 108, de 180 países. En la Tabla 13 observamos cómo de acuerdo a la clasificación de Reporteros Sin Fronteras la posición del Ecuador ha variado considerablemente con los años²⁷⁷.

²⁷⁵ FUNDAMEDIOS, *Con un récord negativo de 377 agresiones, 2015 cierra como el peor año para la libertad de expresión en el Ecuador*, 2015, <http://www.fundamedios.org/con-un-record-negativo-de-368-agresiones-2015-cierra-como-el-peor-ano-para-la-libertad-de-expresion-en-el-ecuador/> (consultado el 02-02-2016)

²⁷⁶ FREEDOM HOUSE, “Freedom in the World 2015”, 2015, <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2015#.VjOmditTZSU> (consultado el 30-10-2015).

²⁷⁷ REPORTEROS SIN FRONTERAS, “Clasificación mundial de la libertad de prensa 2015”, en Reporteros Sin Fronteras, 2015, <http://index.rsf.org#!/index-details>, (consultado el 30-10-2015).



Tabla 13

**CLASIFICACIÓN ANUAL DE LA LIBERTAD DE PRENSA EN
ECUADOR**

Año	Puesto
2015	#108 / 180
2014	#95 / 180
2013	#119 / 178
2012	#119 / 178
2011	-
2010	#101 / 173
2009	#84 / 170
2008	#74 / 168
2007	#56 / 164
2006	#68 / 161
2005	#87 / 161
2004	#66 / 158
2003	#42 / 158
2002	#20 / 134

Fuente: Reporteros Sin Fronteras

Ejemplo de la situación que vive el país es una de las últimas amenazas recibidas por Fundamedios, cuando Correa solicitó a la Fiscalía que se investigue a un ciudadano tras tuitear en su cuenta “RT si ahora quieres que se muera Correa”.



Este acto ha sido llamado por el presidente como instigación y atentado contra su vida²⁷⁸.

Por otro lado, está el cierre de diario *Hoy*, que se debería a problemas de liquidez. No obstante, el diario en una publicación presentada en varios periódicos del país, aseguró:

“Diario HOY se ha visto empujado y, por qué no decirlo, forzado a cerrar sus puertas. Una combinación de factores económicos e intolerancia política extrema, configuraron el escenario que pone fin a este esfuerzo periodístico de una empresa con más de 260 accionistas y 158 trabajadores. Todos los esfuerzos de Edimpres S.A., editora de Diario HOY por compensar la reducción de ingresos producto en gran parte del boicot del gobierno, y capitalizarse para superar los problemas de liquidez agravados desde la llegada de la revolución ciudadana al gobierno en 2007, se vieron frustrados por una absurda Ley de Comunicación que permite la inversión privada en medios de comunicación, pero limitándola al 6% del capital social, de tal suerte que si se excede tal porcentaje, el accionista debe desinvertir en las demás actividades empresariales que mantenga. Bajo estas condiciones resultó imposible lograr nuevos inversionistas que aporten su capital a Edimpres S.A.”²⁷⁹

Estos actos sin duda podrían influenciar en las prácticas periodísticas, sembrando temores en los comunicadores al momento de procesar la información.

Para observar cómo viven los periodistas la libertad de expresión, consideraremos el trabajo realizado por Fernando Checa Montúfar, en el que se realizaron encuestas telefónicas a 120 periodistas ecuatorianos de prensa, radio y TV²⁸⁰.

²⁷⁸ FUNDAMEDIOS, “Presidente denuncia a tuitero por instigación”, en *Fundamedios*, 2013, <http://fundamedios.org/monitoreo-de-libertades/alertas/presidente-denuncia-tuitero-por-instigacion>, (consultado el 12-10- 2013).

²⁷⁹ *El Expreso*, 14-09-2014.

²⁸⁰ Esta investigación se realizó en el marco de las actividades del Laboratorio de Medios de la UDLA y se basó en una encuesta aplicada la última semana de agosto y las primeras de septiembre de 2008.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

“Así tenemos que el 48% (especialmente el 52% de los periodistas de la TV) considera que en el país está amenazada la libertad de prensa. Y no sólo eso, el 43% de los periodistas (más los de la radio con el 48%) afirmaron que han recibido amenazas a su integridad y a la de su familia, lo cual nos habla de mecanismos graves de censura. Desde el punto de vista de la variable sexo, en el primer caso se presentan tendencias similares, y en el segundo, apenas el 17% (6 de 35) de las mujeres encuestadas afirman haber recibido esas amenazas. Sin embargo, también hay evidencias de autocensura, pues el 38% (en la TV es el 52% de los que trabajan en ella) afirma que por temor a perder su trabajo han tenido que sacrificar principios profesionales. En las mujeres este hecho se da en el 29%”²⁸¹.

En el estudio realizado se evidencia que las entidades que representan mayor amenaza son: grupos de poder (78%), dueños/directores de medios (32%), gobierno (31%) y anunciantes (17%). De esta forma al preguntarles si “En el último año, ¿se ha abstenido alguna vez de publicar algo por presión de...?, las respuestas fueron: por presión de los dueños/directores de medios (44%), de los grupos de poder (33%), en el caso de las mujeres (43%), de los anunciantes (21%), y del gobierno (19%).

Estos datos evidencian que existe una autocensura importante por parte de las empresas de comunicación que ejercen un papel clientelar de sus funciones conforme a la coyuntura. Una línea marcada de acción y por tanto de información que es regulada por los intereses de los empresarios de la comunicación.

A esto hay que añadirle el poco acceso que tienen los periodistas a información pública, pues aunque está garantizado en la Constitución esto no se cumple a carta cabal. De acuerdo a un estudio realizado por el observatorio de medios, Fundamedios, de 46 peticiones presentadas de acceso a la información,

La muestra se estableció de manera aleatoria y se buscó que sea heterogénea y refleje la realidad mediática diversa del país. No es una muestra representativa, pero sí lo suficientemente variada como para establecer tendencias significativas. Para estructurarla se consideró de manera proporcional variables como medio (prensa, radio y televisión), sexo, edad, condición profesional o no de los periodistas, cobertura (local, regional y nacional) y región (Costa, Sierra y Oriente).

²⁸¹ CHECA, F., *El medio mediado: Una mirada crítica al discurso mediático*, Quito, Ciespal, 2012, pp. 117-133.



apenas 14 fueron contestadas positivamente, además se evidenció un “desinterés por parte de varios periodistas, editores y directores para utilizar peticiones de acceso a la información”²⁸².

Estas acciones impiden el cumplimiento responsable del periodismo y por tanto se anula el derecho de la ciudadanía de estar bien informados. La baja protección de los derechos del comunicador ha resquebrajado una posible profesionalización, basada en el cumplimiento de la ética y los cánones periodísticos. Es así que para evaluar las dimensiones de la profesionalización esgrimidas por Hallin y Mancini, se debe mencionar que en el Ecuador²⁸³:

- No existe una autonomía profesional. Es una de las razones por las que se busca la profesionalización de todas las personas que trabajan en los medios, con el fin de que tengan mayor control sobre el proceso de trabajo.
- Existen en ciertos medios normas profesionales específicas, pero éstas se ven supeditadas a los intereses del propietario o dueño del medio.
- Los principios éticos solo se aplican si no pone en riesgo el puesto de trabajo del periodista.
- No existe una orientación al servicio público, sino hacia la comercialización de la información.

²⁸² RICAURTE, C., (ed.), *Op. cit.*, pp. 52-53.

²⁸³ HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas... Op. cit.*, pp. 31-33.

4.5. CONCLUSIONES

Inicialmente, se planteó que el análisis considera el modelo pluralista polarizado de los países mediterráneos de Hallin y Mancini como categoría más cercana para el caso ecuatoriano, a pesar de que los autores hablan de una hibridación de este modelo con el liberal. No obstante, se constata que el sistema mediático de Ecuador guarda cierta diferenciación con el modelo pluralista polarizado, con lo cual tendrá una mayor diferenciación del modelo liberal, que propone tiradas medias, prensa comercial neutra, alto nivel de profesionalización y dominio del mercado. En esa medida, y considerando cada variable de análisis se concluye que:

- a) Desarrollo de la prensa de masas: El Ecuador coincide con el modelo pluralista polarizado al presentar un bajo tiraje o circulación de periódicos que ha estado al igual que los países estudiados por el modelo, destinado a la élite. Una variable que sin duda ha dependido del nivel de alfabetismo, y en el caso ecuatoriano marcado además por la diferencia de riqueza que acentúa las brecha entre clases sociales.
- b) Paralelismo político (medios y partidos): Según el modelo mediterráneo existe un alto grado de paralelismo basado en una estrecha relación entre el sistema de partidos y los medios, que deviene de un sistema de partidos multipartidista y que se refleja en la ideología partidista y dominante de los medios de comunicación. No obstante, en el caso ecuatoriano debido a la crisis de partidos, dotada por una falta de legitimidad y de representatividad, estos no han tenido el peso político y económico para influir en los medios. En este caso, la historia mediática de Ecuador presenta una cercanía más próxima a la banca privada y grupos económicos familiares, que han formado un sistema mediático hipercomercial y clientelar.

- c) El grado de intervención estatal: La diferencia máxima entre el modelo mediterráneo y el caso ecuatoriano es la reciente formación del aparataje gubernamental, queriendo hacer de estos medios herramientas de transmisión ideológica. En el Ecuador estos tienen su origen con Rafael Correa, mientras que, en el caso europeo, estos tienen una larga tradición. No obstante, en este caso de análisis, el servicio de comunicación pública y gubernamental se potencia por el liderazgo populista sirviendo de rama política. Este es un efecto de la región, como afirma Martín Becerra, no basado en un carácter democratizador sino en la lógica populista, para llegar de manera efectista y afectiva a la población.

Podemos destacar que la intervención estatal está influyendo en los medios privados a través de la contratación de la publicidad, lo cual ha servido como un condicionante político, que nos acerca al modelo de Hallin y Mancini.

- d) En cuanto a la profesionalización, se observó una alta diferenciación con el rol que han jugado los medios europeos. En el Ecuador ha sido tardía la profesionalización en esta rama, siendo una exigencia reciente y normada por ley en 2012. Esto es consecuencia de una estructura mediática con marcos legales difusos que potenciaban la regulación del espectro radioeléctrico sobre el empresarial y el de la profesión.

Otro componente importante es la falta de sindicalización de los periodistas que trabajan en los medios de comunicación, lo que ha motivado durante la década pasada que se vulneren los derechos de los trabajadores del sector. El gobierno actual ha prohibido a los medios la precarización del trabajo periodístico, obligándolos a regularizar su situación laboral. Esto ha llevado a mejora de salarios y al fin de la subcontratación denominada en Ecuador como tercerización.

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

En cuanto al pluralismo, del cual nos hablan Hallin y Mancini, en Ecuador esto es muy precario, debido por una parte a la dependencia del periodista del dueño del medio, y por tanto de sus intereses. Y por otro lado, a la fuerte presencia de una concepción de mercado que pone de relieve la comercialización del medio sobre la libertad del periodista y la sujeción a la presión del gobierno.

El pluralismo externo del sistema mediático se ve coartado por una obstrucción de los intereses empresariales que durante años velaron por el desarrollo de políticas que fomenten la monopolización del espectro radioeléctrico en pocas manos. Además de la consolidación de canales que impidan el ingreso de voces nuevas en la construcción de un sistema más democrático y plural.



Báez Avilés, G. I.



5. SISTEMA MEDIÁTICO DE VENEZUELA

5.1. ESTRUCTURA E HISTORIA DEL MERCADO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

5.1.1. Historia mediática de Venezuela

La historia mediática de Venezuela se inicia en el siglo XIX con la llegada de la imprenta en el año de 1808, y entre sus publicaciones se encuentra el primer diario de Caracas: *La Gazeta*. Dos años después, en el marco de la revolución venezolana, que dio inicio a la independencia del dominio español, nacerían los periódicos bajo suscripción, tales como el *Semanario de Caracas*, *El Mercurio Venezolano* y *El Publicista de Venezuela*, pero estos no logran mantenerse. Más tarde en 1818, se fundaría el diario *Correo del Orinoco* y *El Venezolano* (1822), que tendría como fin defender la independencia Venezolana.

Una vez conseguida su emancipación en 1823, Venezuela pasa a ser miembro de la Gran Colombia –junto al Virreinato de Nueva Granada, la Provincia Libre de Guayaquil, y la Real Audiencia de Quito– bajo el control del libertador Simón Bolívar. Es entonces cuando nacen los periódicos *El Constitucional Caraqueño* (1825) y *El Patriota Venezolano* (1830).

En adelante, el fallido intento de conformar la Gran Colombia lleva a la constitución de la República de Venezuela en 1831. Es entonces cuando aparecerá el diario *El Liberal* (1836), mientras que de la mano del Estado nacerían la *Gaceta Federal* (1868-1869) y la *Gaceta Oficial de Venezuela* (1872). No obstante, durante este periodo los dueños de los periódicos no lograron hacer fortuna, por lo que muchos fracasaron y de ellos sólo el diario *El Impulso*, creado en 1904, se mantiene como el más antiguo del país. Y la creación de *El Cojo Ilustrado* como una de las publicaciones periódicas destacadas de la época.

Sin embargo, no será hasta mediados del siglo XX cuando la industria mediática tome una expansión significativa, como paso a la conformación de medios de comunicación tras los que se encontrarán grandes grupos familiares. Los mismos grupos oligárquicos latifundistas que bajo la tradición contra reformista impulsaron el desarrollo de una prensa para la élite, en su afán de ascender social y económicamente, muchas veces a fin de ocultar sus orígenes humildes. Eleazar Díaz nos señala que, entre 1922 y 1957, surgieron 79 diarios, de los cuales 8 subsistieron, y entre 1953-1993 llegaron a ser 95 diarios, de los cuales aún perduran 68²⁸⁴.

Estos dos periodos que marca Díaz estarían motivados por una serie de cambios políticos tanto a nivel nacional como internacional. Desde 1922 a 1957, tras el cierre de las grandes rebeliones caudillistas, el país se encontraba en una inestabilidad política con la llegada al poder de una Junta Militar.

Pero, paralelamente, en este panorama, la industria mediática empieza a vivir de la inversión publicitaria, lo cual generaba ya empresas con rendimiento económico. De esta forma, empiezan a aparecer en el escenario grandes familias acaudaladas que incursionarán como propietarios de importantes medios impresos,

²⁸⁴ PELLEGRINO, F. “Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación”, en *SIC*, 2004, n° 30, p. 6.



convirtiéndose con el paso de los años en grupos económicos fuertes con empresas multimediáticas.

En 1936 entra en escena la radio con el holding empresarial Sindicato Phelps C.A. y el apoyo de la empresa RCA que fundan *1-Broadcasting Caracas* (IBC), la cual sería la primera emisora comercial del país (sobrevivía de sus anunciantes), y que tomaría el nombre de Radio Caracas Radio (RCR).

Pero la historia también toma un giro en 1952, con la entrada de la televisión en el panorama mediático con el primer canal TVN-5, bajo el auspicio del Estado.

En 1953, se inicia otro periodo para Venezuela, ya que la Junta Militar le transfirió el mando a Marcos Pérez Jiménez, quien iniciaría el periodo de la “dictadura desarrollista”, con una fuerte doctrina nacionalista apoyada por los Estados Unidos, por ser miembro de la red de distribución petrolera y por su lucha contra el comunismo. No obstante, este gobierno, si bien impulsó el crecimiento de la infraestructura nacional, también coartó libertades civiles y censuró a los medios de comunicación. Y aunque contradictorio, se inicia entonces un rápido crecimiento de la industria cultural por todo el territorio nacional.

“Se partió de unas 50 estaciones de radio en 1955 y, en la actualidad, existen 209 emisoras de amplitud modulada. Todas estas emisoras son privadas, de carácter comercial, que imponen un estilo de programación que se fundamenta en la tríada música-publicidad-información/opinión. El incremento del número de emisoras no se detuvo tampoco con la aparición de la televisión, a pesar de la consecuente pérdida de anunciantes. Por el contrario, experimenta un salto cualitativo y cuantitativo con la irrupción de la radio en frecuencia modulada (FM) hacia finales de la década de los 80. En la actualidad tiene una presencia de 521 estaciones”²⁸⁵.

²⁸⁵ HALLIN, D., MANCINI, P., Un estudio..., p. 131.



Empero, esta “dictadura desarrollista”, como se la conoce, solo perduró hasta 1958, cuando un movimiento cívico-militar derrocó a Jiménez, lo cual trajo la conformación de una Junta de Gobierno y luego la firma del “Pacto de Punto Fijo”, que tenía como fin la alternancia en el poder de los partidos Acción Democrática, COPEI y URD, y que excluía a los partidos de izquierda. Sin duda un año caótico para el país y que desembocó en el retorno a la democracia en 1959, con el periodo de gobierno de Rómulo Betancourt, quien tuvo una difícil tarea debido a que en América Latina aún prevalecían los gobiernos dictatoriales.

Sin embargo, no sólo fue el nacimiento democrático de Venezuela, sino también el origen de la televisión privada en 1960, con la Organización Diego Cisneros (ODC), que compró el canal 4 a Televisa, una operadora que había quebrado, y que luego se convirtió en Venevisión gracias a la entrada de empresas norteamericanas como ABC y Pepsi-Cola Internacional, que invirtieron en el sector. Y también el surgimiento de Venevisión Canal 4, con la inversión de ABC y Pepsi-Cola Internacional en 1961.

Durante los 60, los grupos económicos de Venezuela tuvieron una fuerte presencia, dada una significativa expansión en el mercado nacional, aunque la penetración del medio de comunicación solo era del 20%.²⁸⁶ Sin embargo, los 70 y los 80 generarán una ola expansiva de la cobertura mediática en el país, impulsada por una creciente burguesía que vive de la actividad publicitaria en los medios de comunicación.

Es así que al finalizar los 80, entre 1984 y 1991, el grupo Phelps se internacionaliza con la compra de empresas norteamericanas y la creación de alianzas estratégicas con la *Hughes Communications*. Más tarde, en 1995, el Grupo Phelps,

²⁸⁶ *Ibid.*, pp. 132 -133.



con el grupo Roraima, crea el *Diario de Caracas*, que tras 16 años de ver la luz cerraría sus puertas.

Pero la expansión televisiva continuaba con otros medios, entre ellos Televen con el Grupo Camero, en 1988, y Globovisión, con Guillermo Zuloaga y Alberto Federico Ravell, en 1995. No obstante, el monopolio de la industria cultural venezolana era de los Grupos Phelps y Cisneros.

En cuanto a los canales de televisión de cable o de suscripción, estos aparecieron a finales de los 80 impulsados por una etapa de crecimiento económico en Venezuela.

Por otro lado, los cambios políticos y económicos que vivió el país a finales de la década de los 90, tuvieron una notable repercusión en la configuración actual del panorama mediático venezolano.

Sin duda, un sistema que está marcado por un funcionamiento de los medios al servicio de la lógica del mercado. Ejemplo de ello es la transformación de las empresas familiares en grandes corporaciones multimedia, y la expansión de un modelo de radiodifusión público, que tendrá cabida con la presidencia de Hugo Rafael Chávez Frías, cuando toma el poder en 1999, iniciando lo que sería un largo periodo de gobierno, con hitos que marcaron la vida mediática del país.

Quizá el primer acto significativo, que mostraría en parte los cambios normativos que se realizarían, sería el acto de toma de posesión del Presidente, cuando en sus palabras juró sobre lo que catalogó como la “moribunda Constitución”. A lo largo de sus años de gobierno se dieron una serie de cambios y reformas de las leyes del país, muchas de ellas enfocadas en el ámbito comunicacional. No obstante, ese panorama también se nutre de altos niveles de confrontación entre el Gobierno y



los medios de comunicación, lo cual generó una denuncia internacional y local sobre una supuesta falta de libertad de expresión.

Un momento de quiebre en la historia mediática ocurriría en el año 2002, tras el golpe de estado al gobierno venezolano, acaecido en abril, cuando la plataforma de medios públicos toma un giro de 360 grados. Se debe considerar que, en la llegada al poder de Hugo Chávez, el escenario mediático constaba de un sistema de radiodifusión pública débil, con pocos medios y baja sintonía, además de una programación de baja calidad. Empero, tras lo sucedido, el gobierno aumenta su maquinaria mediática con una cantidad de medios públicos, paraestatales y comunitarios, a fin de reproducir “la ideología de la revolución bolivariana”.

“Hoy en día, el gobierno cuenta con cinco canales de televisión: Venezolana de Televisión (VTV), Vive TV, Asamblea Nacional TV, Ávila TV y Telesur. En el sector de la radio posee siete emisoras agrupadas en Radio Nacional de Venezuela (RNV) y el circuito YVKE Mundial. También posee la Agencia Bolivariana de Noticias (ABN). Ese escenario de medios se completa con la Red Digital del Ministerio de Comunicación e Información (MCI) y la red Ven-Global News, que ofrece información de la actualidad nacional a escala internacional. A toda esta estructura hay que añadir los llamados medios paraestatales o medios parapúblicos, compuestos por aproximadamente 400 emisoras de radio comunitarias, 36 televisoras comunitarias y unos cien periódicos de distinta periodicidad. La mayoría de estos medios, alternativos y comunitarios, forman la Asociación Nacional de Medios Comunitarios Libres y Alternativos (ANMCLA)”²⁸⁷.

Aquella tarde de abril, una manifestación de ciudadanos en las calles del centro de Caracas avanzaba hacia el Palacio Presidencial de Miraflores. Cuando llegó, la situación se volvió violenta, ya que grupos opositores dieron cabida a los disparos que fueron contrarrestados por la Policía Metropolitana. Bajo esas circunstancias, el Primer Mandatario decidió realizar una cadena nacional, de

²⁸⁷ *Ibid.*, pp. 133 -134.



obligatoria transmisión en todos los medios de comunicación, a fin de que los medios privados no reprodujeran lo que estaba ocurriendo esos momentos. Sin embargo, en una línea de desacato, varios medios de comunicación televisivos decidieron dividir la pantalla para en una parte retransmitir la cadena, y en otra pasar las imágenes de lo que acontecía en las calles de Caracas. Un manejo político por parte de los medios de comunicación que intentaban posicionar un discurso a través de imágenes violentas en defensa y en desmedro de su opositor.

Los días que siguieron al intento de Golpe de Estado fueron, a decir de la oposición, muy críticos para los medios de comunicación, que se autocensuraron por intimidación y amenazas recibidas. Sergio Dahbar, entonces editor adjunto del diario *El Nacional* señaló:

“El diario no salió ayer porque no estaba garantizada la seguridad para el edificio, y lo que es peor, para la gente, los trabajadores y periodistas. No pudimos editar y queríamos salir. Que los lectores tuvieran el diario en sus manos al día siguiente. Pero no estábamos seguros, había demasiados rumores, sabíamos que *El Universal* había tenido que desalojar y abandonar sus instalaciones. Vimos con sorpresa que empezaron a pasar las motos con gente amenazante y muy difícil. Los periodistas pudieron llegar a la redacción, estábamos todos preparados, pero era todo muy peligroso. Al menos, desde 1996 que yo estoy aquí, nunca habíamos dejado de publicar”²⁸⁸.

Este hito evidencia la relación medios-gobierno, que marca el desarrollo de una etapa de disputa por liderar la opinión pública sobre los temas predominantes en el país. Es así que llegarán una serie de reformas a los medios de comunicación desde el Gobierno y una serie de acusaciones desde los medios al Gobierno por defender sus intereses. Entre los hechos que se irán analizando, a lo largo del estudio mediático de Venezuela, están los cambios normativos, las denuncias por cierre de medios de comunicación y espacios de opinión, como también el clamor internacional por la

²⁸⁸ *El Universal*, 15-04- 2002.



libertad de expresión. Un panorama no muy distinto al actual, con la presidencia de Nicolás Maduro, quien asumió el poder tras el deceso de Chávez en marzo de 2013.

5.1.2. Estructura del mercado de los medios de comunicación

Tras referir brevemente la historia mediática de Venezuela, se expone de forma rápida una estructura mediática que ha crecido de la mano de grandes familias, las cuales han incrementado su capital al proyectar sus empresas internacionalmente.

Este apartado reflejará a los grupos económicos que se encuentran tras el monopolio de la industria cultural venezolana.

Considerando el desarrollo de la prensa, se puede destacar la existencia de varios periódicos con amplia presencia a nivel tanto nacional como local, que a través de los años han ampliado considerablemente el número de sus publicaciones.

Con cobertura nacional destacan los diarios *El Nacional*, *El Universal* y *Últimas Noticias*. Mientras que a nivel regional se encuentran *Panorama*, *Crítica*, *El Carabobeño*, *La Columna*, *La Nación*, *El Impulso*, *El Informador* y *El Tiempo*.

De acuerdo con el trabajo de Hallin y Mancini sobre Venezuela, que toma como base los estudios realizados por Marcelino Bisbal, existirían dos grupos de negocios diferenciados en torno a la estructura de propiedad de la prensa venezolana.



Tabla 14

**ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD SOBRE LA PRENSA
VENEZOLANA**

TIPO DE ESTRUCTURA	PERIÓDICOS/GRUPOS MEDIÁTICOS
Empresas familiares tradicionales que se caracterizan por tener un enfoque objetivo y direccionado a la clase alta.	El Nacional El Universal El Impulso El Carabobeño El Tiempo Panorama
De origen empresarial que nacen con un fin comercial y desarrollan un periodismo más enfocado en la clase media y baja.	Cadena Capriles Bloque de Armas

Fuente: HALLIN, D., MANCINI, P., “Un estudio comparado de los medios en América Latina”, en *Tendencias*, 2007, nº 7, p. 132.

A pesar del crecimiento y el auge que tuvieron los medios de comunicación impresos en sus inicios, en la actualidad la sostenibilidad de los 136 existentes se ha visto minada a nivel mundial por la incursión de la tecnología. No obstante, en Venezuela un factor ha acelerado el cierre de muchos periódicos que han sido de corte opositor para el Gobierno.

La razón es la falta de papel para imprimir. Una situación que se agravó en el país desde 2003 cuando el gobierno impuso un severo control sobre el cambio de divisas para empresas y particulares. Con ello, no existe el circulante necesario en dólares que necesitan las empresas de periódicos para poder importar papel. Pero esta medida se agravó aún más en 2012, cuando el Gobierno retiró el papel imprenta de la lista de bienes de importación prioritaria. Esto ha hecho que las empresas requieran de un certificado de no producción nacional, que emite el Estado para importar papel. Pero los retrasos en la expedición de éste han agotado las reservas de papel de los



diarios, haciendo que muchos paren la producción de periódicos y otros cierren sus puertas.

En ese escenario, los diarios inicialmente han tenido que reducir la cantidad de páginas y la circulación de ejemplares para no consumir sus reservas. Así lo hicieron los periódicos: *El Nacional*, *El Universal*, *El Correo del Caroní*, *El Oriental* del Estado Monagas (noreste), *La Nación*, de Táchira (centro), *La Noticia* y *La Prensa*, de Barinas (norte).

Mientras que entre los diarios que han tenido que ponerle un alto a su circulación están *El Sol de Maturín*, del Estado de Monagas, con 43 años de funcionamiento, *Antorcha*, en el Estado de Anzoátegui, con 59 años de circulación, *El Diario de Sucre*, tras 27 años de existencia, *El Guayanés*, en el estado de Bolívar tras más de 20 años de actividad, *Notidiario*, que tenía 28 años de funcionamiento, en el estado Delta Amacuro (este), y *El Impulso*, de Barquisimeto, al oeste, que era el diario más antiguo de Venezuela, con 110 años de existencia.

Por otro lado, diarios como *La Hora* y *El Caribazo*, del Estado de Nueva Esparta, han encontrado dificultades para seguir trabajando, por fallas en el suministro de papel.

De acuerdo con Carlos Correa, presidente de Espacio Público, una ONG defensora de la libertad de expresión, se cree que, desde septiembre de 2013, la falta de papel ha propiciado que once diarios y una revista hayan dejado de imprimirse; mientras que 12 periódicos y una revista tienen problemas para circular, y 18 diarios están en riesgo de cerrar²⁸⁹.

²⁸⁹ *El Nuevo Herald*, 09-11-14.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

En cuanto a la estructura de la propiedad sobre la radio después de la aparición de la emisora Broadcasting Caracas (YV1BC), hoy día conocida como Radio Caracas Radio (RCR), se produjo una ola de expansión de las emisoras venezolanas apoyadas en un modelo empresarial-comercial, con base en la publicidad, como su principal ingreso. Éstas han establecido una programación basada en música, información y opinión, conformando así 472 estaciones con cobertura nacional, de las cuales 79 son propiedad del Estado y 243 son comunitarias. La empresa de radio más grande es del Estado, Radio Nacional de Venezuela, con 73 emisoras.

Sin embargo, en agosto de 2009 La Comisión Nacional de Telecomunicaciones anunció una medida que dejó fuera del aire a 34 emisoras, entre ellas al circuito CNB, que agrupa diez emisoras, de las cuales 5 fueron clausuradas. Esto, debido a que las emisoras no habrían renovado sus permisos de transmisión o habrían perdido sus concesiones por el fallecimiento de sus propietarios originales. No obstante, es importante conocer que esta empresa solía transmitir junto con el canal de noticias Globovisión, el programa de opinión “Aló Ciudadano”, que era crítico con el gobierno.

Finalmente, para entender la estructura de la televisión venezolana se realiza un estudio vinculado a las empresas multinacionales americanas de comunicación y el desarrollo de sus grupos económicos.



Tabla 15

ESTRUCTURA DE PROPIEDAD DE LA TELEVISIÓN VENEZOLANA

GRUPO ECONÓMICO	HISTORIA DEL GRUPO	MEDIOS TELEVISIVOS
<p>La ODC</p> <p>Organización Diego Cisneros</p>	<p>Este conglomerado inició con el trabajo de Diego Cisneros en una compañía de transporte al oeste de Caracas en los años 20, pero el cambio generacional con sus dos hijos fue lo que generó el crecimiento de este grupo y la consolidación de la Organización Diego Cisneros. En 1940 tras un periodo de fuerte industrialización para Venezuela, logran tener los derechos de representación para marcas líderes en productos de consumo, como Pepsi-Cola y Studebaker en el sector automotriz. Pero no será hasta 1960 que se interesen por las telecomunicaciones con la compra de canal 4 de televisión que pertenecía a una operadora quebrada llamada <i>Televisa</i>, para transformarla en <i>Venevisión</i>.</p> <p>A finales de los 80's e inicios de los 90's el grupo ODC busca su internacionalización con la compra de las empresas norteamericanas Evenflo y Spalding y la asociación con la televisora latina <i>Univisión</i>. Mientras que fuera del ámbito comunicacional obtiene la cadena de supermercados caribeña Pueblo. No obstante, seducidos por el poder de las telecomunicaciones la ODC vendió aproximadamente el 50% de sus negocios en Venezuela en empresas de consumo para reforzar su alianza con la empresa de servicios comunicacionales Hughes Communications que funciona en todo el mundo. Esto le permitió a la ODC llevar DirectTV a América Latina.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrece servicios y productos asociados a casi 65 marcas. - Vende programación televisiva en 20 idiomas en más de 100 países - Posee la cadena de televisión Venevisión y Radiovisión de Venezuela. - Tiene fuerte participación en Chilevisión (Chile), Caracol (Colombia), el Caribe (Caribbean Communication Network) además de Venevisión. - Es el mayor accionista de la cadena estadounidense Univisión y la señal de Galavisión para el público hispano



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

		en E.E.U.U.
El Grupo Phelps	<p>Esta cadena tiene sus inicios en 1920 de la mano del científico norteamericano William H. Phelps cuando llegó a Venezuela. Pero es en 1929 cuando forman el Sindicato Phelps, c.a. que se dedicaba desde el negocio de inmuebles al de automóviles. Sus inicios en el área de las telecomunicaciones se dio en 1930 con el apoyo de la empresa RCA, para la creación de la primera radio del país: <i>Radio Caracas Radio</i>. Más tarde adquirirían también <i>Radio Caracas televisión</i>; pero no dejarían de lado la comercialización de automóviles y de artefactos eléctricos.</p> <p>La expansión del Grupo se daría con la llegada de otros participantes como: Marcel Granier, Peter Bottome y Guillermo Tucker. Es así que en los años ochenta, incursionarían también en la prensa con el <i>Diario de Caracas</i> que más tarde cerraría sus puertas.</p>	<p>- Radio Caracas - Radio Caracas televisión</p> <p>- Diario de Caracas</p> <p>- Posee más de 80% de acciones sobre RCTV, FM, RCR, Recorland y Línea Aérea Aerotuy que operan en Venezuela.</p>
El Grupo Camero	Este grupo nace bajo la gestión de Omar Camero, socio fundador del canal "10" de Caracas. Está formado por Inversiones Cuatro Treinta CA, y la empresa panameña Marbrid.	- Este Grupo tiene control mayoritario de <i>Televen</i> .
Grupo Núñez, Zuluaga, Mezerhane & Ravell, Globovisión	El grupo tienen como presidente a Guillermo Zuloaga y como director a Alberto Federico Ravell. Ellos, en 1994, crearon el medio <i>Globovisión</i> . Actualmente también como principales accionistas a Luis Teófilo Núñez Arismendi y Nelson Mezerhane. Este Grupo tiene nexos con la prensa escrita (<i>Diario El Globo</i> - que dejó de circular desde el año 2005-), los bancos (Banco Federal), y agencias de publicidad asociadas (ARS Publicidad, DDB Venezuela Publicidad, Global Link, Grupo Grey, y Clepsidra).	<p>- Globovisión</p> <p>- Diario El Globo que dejó de circular desde el año 2005.</p>
Bloque de Armas Meridiano TV	<p>Conformado principalmente por Andrés, Armando y Martín De Armas Silva. Este grupo es principalmente dueño de <i>TV Meridiano Televisión</i>, de carácter exclusivamente deportivo. Pero además posee otras empresas en el sector.</p> <p>Además tiene relación con la empresa extranjera, Overseas Trading Investment, S.A. a quien pertenecen los periódicos <i>Meridiano Deporte</i>, la revista <i>Too Much</i> y la empresa editorial Primavera C.A.</p>	<p>- tv Meridiano</p> <p>- Diario Meridiano</p> <p>- Accionista de Diario 2.001, revista Intimidades, Venezuela Farándula, Variedades, revista La Fusta.</p>



Grupo Imagen La Tele	Los miembros del grupo son Fernando Fraíz Trapote, Elías Tarbay Assad, Santiago Penzini Fleury, Jesús Caldera Oquendo, Alexandra Elena Bushel Aragot. La Tele, inicia operaciones en 2002, bajo el nombre de Marte TV y tiene estrecha relación con la operadora por cable Cablevisión, S.A.	-La Tele
-------------------------	---	----------

Fuente: PELLEGRINO, F. “Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación”, en *SIC*, 2004, n° 30, (*passim*).

Sin duda alguna, la Tabla 15 nos muestra el monopolio del sector televisivo, dotado de una gran presencia de grupos con presencia internacional, en el que principalmente destacan los Grupos multimediáticos Phelps y Cisneros. Sin embargo, el panorama mediático se ha estructurado también con un nuevo actor, el Estado.

La intromisión del Estado en el panorama mediático ha sido respaldada por un discurso de rechazo al monopolio privado de las empresas de comunicación. Para el ex Presidente Hugo Chávez, con quién se inició el crecimiento del sistema mediático público, era imperante el interferir en la hegemonía comunicacional que regía, ya que estos habían construido un cerco a la libertad de expresión e información.

“Si no fuera por estos medios, que están en manos de la oligarquía y atacan y mienten y manipulan tanto, el apoyo al Gobierno, a la revolución, estaría en mucho más del 80%”²⁹⁰.

Una de las principales formas de influencia mediática que tuvo el Gobierno fue con la presencia constante de cadenas nacionales, empleadas principalmente como un medio para desmentir a la oposición y para hacer propaganda política. Su uso, incluso se extendió a la televisión por cable, puesto que la Ley de

²⁹⁰ *El Universal*, 02-03-2009.

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Responsabilidad Social en Radio y Televisión estipula la transmisión de cadenas presidenciales si su programación es producida en más de un 70% en Venezuela.

“Durante sus alocuciones televisadas el Presidente no sólo hace anuncios, sino que toma decisiones espontáneas de Gobierno, cambia su tren ministerial, reprende a sus colaboradores, delinea las estrategias políticas de su partido, adoctrina a sus seguidores, etcétera”²⁹¹.

Pero esto solo sería parte de la presencia mediática del Gobierno, pues, en cuanto a estructura, éste adquirió una serie de medios de comunicación que servirían para transmitir la línea ideológica del partido gobernante.

“Chávez tiene el control directo de 348 emisoras de radio: 26 en amplitud modulada (AM), 79 en frecuencia modulada (FM), 243 radios comunitarias, canales de televisión, medios impresos, plataformas digitales”²⁹².

Entre los medios de comunicación del Gobierno se creó ANTV - El canal de la Asamblea Nacional, en marzo de 2005, a través de la señal de cable, y en diciembre de 2006 por señal abierta (canal 62 para Caracas).

Otro de los medios creados fue Telesur (canal de tv para el sur), en julio de 2005. Éste nace con la motivación de promover un canal de noticias que difunda la realidad de los países del sur, a fin de frenar la difusión de información proveniente de las agencias norteamericanas. Esta sería la primera iniciativa en televisión que busca integrar una visión de información regional.

Un hito representativo de las relaciones del Gobierno con los medios de comunicación es la revocatoria de la concesión a RCTV- Radio Caracas Televisión (después de 55 años de existencia), y su pronunciamiento en un acto de salutación navideña el 28 de diciembre de 2006.

²⁹¹ CAÑIZÁLEZ, A., “Venezuela 1999-2009 Retrocesos para la gobernabilidad democrática y la libertad de prensa”, en *Comunicación* 2011, n° 156, p. 90.

²⁹² LUCIEN, O., *Cerco Rojo a la libertad de expresión*, Caracas, La hoja del Norte, 2011, p. 168.



“Es mejor que vayan preparando sus maletas. No habrá nueva concesión para ese canal golpista que se llamó Radio Caracas Televisión. Ya está redactada la medida, así que vayan apagando sus equipos”²⁹³.

Acto seguido a ello fue la publicación de su posible cierre por parte del Ministerio de Comunicación e Información, a través de la prensa. Situación que se concretaría el 27 de mayo de 2007, bajo notificación de Conatel.

El informe de *Human Rights Watch* (2008) precisaba lo siguiente:

“El caso más resonante fue la decisión del gobierno de no renovar la licencia de la estación de televisión opositora RCTV en mayo de 2007 ante su obstinada negativa a moderar su línea editorial. Oficialmente, la decisión se justificó por la necesidad de usar la frecuencia de RCTV para crear un nuevo canal público, pero el gobierno tenía otras frecuencias a su disposición y, en ese momento, había renovado las licencias de canales que apoyaban al gobierno o que habían moderado su crítica”²⁹⁴.

Lo expuesto demuestra un clima de hostilidad en el que el periodismo se ve autocensurado tras lo que podrían ser medidas que coartan la libertad de expresión. Que no sólo van desde la violencia verbal a periodistas, sino a la agresión física de ciudadanos que se han visto influenciados por un discurso que extrapola la situación venezolana en dos bandos: los chavistas y los no chavistas. Esa línea se ha visto reflejada en el manejo mediático tanto en radio, como en prensa y televisión. Una situación que ha ido acompañada de la disminución de espacios de opinión en los medios privados, y en contrapeso el incremento de los mismos en los medios públicos.

²⁹³ *Ibid.*, pp. 110-111.

²⁹⁴ HUMAN RIGHT WATCH, *Una Década de Chávez, Intolerancia política y oportunidades perdidas para el progreso de los derechos humanos en Venezuela*, Nueva York, Human Right Watch, 2008, p. 39.



Con la transición al gobierno de Nicolás Maduro, los organismos Transparencia Venezuela y Espacio Público han denunciado una falta de claridad en los procesos de compra y venta de medios. Señalan el caso de Globovisión Tele C. A. y la indisponibilidad de su expediente al público en el Registro Mercantil Primero de Caracas desde 2013, cuando se realizó la venta. A casos como éste se suman la venta de los diarios *El Universal* a Epalisticia, una empresa española; lo mismo que la Cadena Capriles, adquirida por la empresa *Latam Media Holding*²⁹⁵.

“En cuanto a distribución del mercado, en Venezuela, según cifras oficiales (2013 y 2014) y datos que ha sistematizado IPYS Venezuela, existen un total de medios: 1450 privados, estatales y comunitarios. La distribución es la siguiente: 831 (57%) comerciales; 496 (34%) comunitarios; 123 estatales (9%)”²⁹⁶.

Se entiende que existe además una fuerte campaña internacional de desprestigio sobre el gobierno venezolano, lo cual ha llevado a extrapolar el discurso opositor sobre la falta de libertad de prensa hacia una balanza sesgada y que ha fortificado un escenario en el cual, cualquier accionar desde los medios gubernamentales, públicos y comunitarios, es satanizado.

5.2. PARALELISMO POLÍTICO

El paralelismo político sin duda es una categoría de análisis que tiene un componente significativo en el estudio de esta tesis. Como uno de los parámetros de estudio para el modelo Pluralista polarizado de Hallin y Mancini establecieron

²⁹⁵ DE FREITAS, M., CORREA, C., “Venezuela”, en *Informe sobre: Control Estatal de los Medios de Comunicación*, Alianza Regional, 2015, p. 72.

²⁹⁶ *Ibíd.*



algunas variables que serán analizadas a continuación para determinar si existe o no un paralelismo político. Es decir, un nexo estrecho entre los medios de comunicación y los partidos políticos, lo cual hace que la tendencia informativa sea partidista. Sin embargo, en una previa aproximación a la estructura mediática se ha constatado que los nexos no son políticos sino de índole familiar-empresarial.

5.2.1. Contenido de la información publicada por los medios

En un estudio realizado por Gustavo Hernández sobre la Televisión venezolana, en enero de 2011, que consideró la programación de las televisoras Globovisión, Televisora Social Venezolana, venezolana de Televisión y Venevisión en un día de transmisión (10 de enero desde las 7 pm hasta las 11 pm), se precisa lo siguiente:²⁹⁷

- Globovisión (Globo), Venevisión (VV), Venezolana de Televisión (VTV) y Televisora Social Venezolana (TVES) difundieron: 27,8% de informativo; 24,1% recreativo o deportivo; 23,5% de opinión; 11,8% de propaganda; 4,8% de promoción; 4,7% de publicidad; y 3,6% de cultural y educativo.
- La propaganda oficialista rebasa a la publicidad.
- La producción nacional y extranjera de los canales se reparte: Globovisión: 90,2% nacional y 9,72%, extranjera. Televisora Social Venezolana: 32,6% nacional y 67,3% extranjera. Venezolana de Televisión: 87,7% nacional y 12,2% extranjera. Venevisión: 47,3% nacional y 52,6% extranjera.

²⁹⁷ HERNÁNDEZ, G., “Televisión venezolana en enero de 2011”, en *Comunicación*, 2001, n° 153, pp. 105-110.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Estos datos reflejan la existencia del desbalance que existe en cuanto a los contenidos. Si bien la información y la opinión sumarían 51,3%, la propaganda, la promoción y la publicidad sumarían el otro 21,3%. Lo cual demuestra las dos vertientes de la televisión venezolana: la política y la comercial, con un muy bajo interés en la formación educativa.

Lo interesante es observar como en materia de contenidos se distribuye la información. Para ello, se ha considerado un trabajo de Tomas Andersson, que ha analizado la información difundida en tres de siete canales de televisión venezolanos²⁹⁸. El objetivo del estudio es observar el equilibrio informativo en los medios gubernamentales durante todo el mes de noviembre de 2007, cuando se desarrolló un debate en los medios de comunicación sobre la propuesta de una reforma constitucional a 69 artículos, lo cual sería decidido en un referéndum constitucional.

La investigación científica fue financiada por el Ministerio de Asuntos Extranjeros de Noruega y el Instituto Sueco, y estuvo centrado en 1.641 noticias que fueron difundidas en televisión, y 1.001 espacios o reportajes en radio. Los medios con mayor presencia en Venezuela tanto en cuatro emisora de radio (privadas: Radio Caracas Radio y Unión Radio y las emisoras estatales: Radio Nacional y YVKE Mundial) como en siete televisoras (privadas: Globovisión, Televen, RCTV Internacional, Venevisión y Canal I más las televisoras estatales: VTV y Tves) entre el 5 y 30 de noviembre. La metodología de trabajo fue elaborada por el investigador sueco Kent Asp sobre el papel de los medios en procesos electorales.

²⁹⁸ ANDERSSON, T. "Referéndum constitucional: Información equilibrada en tres de siete canales de televisión", en *Comunicación*, 2008, n° 141, pp. 46-55.



Tras el análisis realizado se concluyó que:²⁹⁹

- Los canales estatales VTV y Tves, como los privados RCTV y Globovisión presentaron noticieros muy desequilibrados: los estatales a favor del gobierno y los privados a favor de la oposición.
- Entre los canales privados, RCTV presenta mayor desequilibrio. Los entrevistados a favor de las reformas constitucionales aparecen solamente en el 10% de los espacios, mientras que la oposición en un 60%.
- Con un desequilibrio relativo destaca Globovisión, con un 19% de entrevistados a favor y 57% en contra.
- El estudio define con “equilibrio relativo” a tres canales privados, con un mayor equilibrio en Televen, pero esto también puede deberse a que sus espacios de noticias son cortos y pocos. Mientras que en Venevisión, que es la televisión con más espacios de información, mantiene un buen equilibrio en su cobertura, con un 38% de representantes, voceros del gobierno, y un 46% de oposición. Por otro lado, está Canal I, con un equilibrio informativo del 33% para el Gobierno y 37% para la oposición.
- En cuanto a los canales estatales, hubo una presencia dominante de la línea gubernamental: en Tves, por ejemplo, el 80% de sus espacios sobre el tema lo ocuparon únicamente representantes del gobierno. Mientras que VTV registró un 83%.
- Las emisoras estatales presentaron una fuerte tendencia parcializada. Es así que Radio Nacional tuvo un 73% de los reportajes a favor del gobierno, mientras que YVKE Mundial, 44%.

²⁹⁹ *Ibid.*



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- Entre las emisoras privadas, la más equilibrada fue Unión Radio, que presentó voceros con un 39% de oposición y un 35% de voceros del Gobierno. Por otro lado, la emisora Radio Caracas los voceros fueron 12% oficialistas y 61% opositores.

Después del estudio realizado y las conclusiones obtenidas de él, es claro el panorama político en cuanto a la información que emiten los programas informativos de la televisión y la radio. Una tendencia y una acción predominantemente política, que aunque no deviene en el caso de la empresa privada de una línea partidista, sí demuestra ser una postura política en defensa de los intereses capitalistas de este sector. Mientras que desde los medios de comunicación pro Gobierno se evidencia la línea ideológica del Gobierno de turno en la difusión de sus contenidos y en la creación de una opinión pública favorable a sus intereses.

5.2.2. Relaciones organizativas de los periodistas en sindicatos o cooperativas

En cuanto a la organización periodística en Venezuela, se observa que existen diferentes niveles de organización. Está el constituido por los propietarios de los diferentes medios de comunicación impresos, que lleva el nombre de Bloque de Prensa. Además, la Cámara Venezolana de la Televisión, que agrupa a los medios televisivos de la empresa privada. Y por último la Cámara Venezolana de la Industria de Radiodifusión, que agrupa a los propietarios de las distintas emisoras del país. Todos estos, que forman parte una forma organizativa desde los directivos de los medios de comunicación han sido importantes en el momento de debatir o proponer cambios a los temas de interés relacionados. Sin embargo, hay que destacar la



presencia del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTTP) que ha constituido un organismo de defensa a los derechos de los trabajadores de la comunicación. Es así que este organismo, en febrero de 2002, emitió una carta abierta dirigida al Presidente de la República, con la firma del presidente Gregorio Salazar, secretario general del Sindicato, y Rigoberto Trujillo, presidente del Círculo de Reporteros Gráficos de Venezuela, en la que se expresa:

“Desde hace más de dos años, señor Presidente, venimos soportando un discurso descalificador, injusto y desconsiderado, mediante el cual se nos pretende presentar como profesionales sin ética, tarifados y puestos al servicio de intereses subalternos, con intenciones amarillistas, sensacionalistas o mercantilistas. Esa imagen que ha querido proyectar del periodista venezolano y de los trabajadores de la prensa no se corresponde con lo que ha sido la trayectoria decorosa de decenas de generaciones de comunicadores venezolanos que a lo largo de muchas décadas han trabajado con responsabilidad y sentido patriótico de su deber para contribuir al desarrollo pacífico, armónico y próspero de nuestro país”³⁰⁰.

Este es un claro ejemplo de cómo los trabajadores de la comunicación, sean estos periodistas y empresas mediáticas, se han convertido en los gobiernos populistas en una suerte de contrincantes que ayudan a polarizar el discurso en una estrategia que busca dividir no solo las audiencias sino a la propia comunidad, en la lógica amigo – enemigo.

5.2.3 Tendencias políticas y activismo político de las personas que trabajan en el medio

Aparentemente las relaciones entre los periodistas venezolanos y el presidente Chávez tienen un buen inicio, tal es que dos de los periodistas de opinión más

³⁰⁰ *El Nacional*, 24-02-2002.



reconocidos formarían parte del gabinete en sus primeros años de gobierno. Estos fueron José Vicente Rangel, como Ministro de Relaciones Exteriores, y Alfredo Peña, en el Ministerio de la Secretaría de la Presidencia. Y aunque en un paso rápido por el sector público también estuvo Carmen Ramia (esposa del editor del influyente diario *El Nacional*), que ocupó el Ministerio de la Oficina Central de Información (OCI).

Imbuidos en un discurso que ha sido completamente polarizador en la sociedad venezolana, los periodistas han dejado de lado la imparcialidad y han tomado orientaciones diversas en el momento de proponer y exponer los artículos de información sobre los hechos. Es así que claramente se diferencia un sector privado mediático en contra del Gobierno de Chávez y Maduro, y un sector público y gubernamental a favor.

Para Alonso Molerio, la noticia se encuentra extremadamente politizada, al punto de que si esta pudiera favorecer al otro bando, simplemente no se publica.

“Acá lo ‘inn’ es escoger un bando. Los hechos tienen partido político. En este país ha desaparecido casi completamente la investigación desapasionada, el dato de rigor científico. El dato menos pensado, frígido y académico, le puede echar la fiesta a la más calenturienta de las proclamas. Todo está politizado”³⁰¹.

Esto demuestra cómo existe una intencionalidad política por parte de los periodistas para convertir la esfera pública en un escenario de disputa por los temas políticos, y que quizá ya no obedecen al interés público. El discurso y accionar de los periodistas se ha polarizado en tal medida que se podrían clasificar entre chavistas o antichavistas.

³⁰¹ MOLEIRO, A., “Traigan de vuelta a los periodistas (y al periodismo)”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, pp. 10-13.



En esa línea las audiencias también se han segmentado según estas dos categorías, haciendo que los venezolanos consuman las noticias para recargarse de un discurso como simpatizantes del mismo, más no como fuente informativa.

Esta tendencia ha marcado una falta a la ética periodística por parte de los periodistas, que lo que hacen es fomentar un discurso ideológico con línea directa del gobierno, sin importar las cosas que pueden llegarse a decir.

“El año pasado se puso de moda la denuncia de una misteriosa nacionalización de chinos en el Registro Electoral, sobre la cual, súbitamente, no se dijo más nada. Hace dos años la prensa levantó una lamentable olla folletinesca con el asunto de los Comacates, unos fulanos militares alzados que anunciaban los detalles de un golpe de Estado por correspondencia. Los Comacatanes desaparecieron cuando dejaron de ser útiles. El año pasado se dijo que Cura Calderón fue secuestrado por el gobierno, una denuncia que él mismo Calderón se encargó de desmentir cuando fue liberado. Se ha dicho que PDVSA está llena de cubanos, que los libios están en Barrio Adentro, que Osama Bin Laden es amigo de Chávez, que las FARC están en Caracas. Acá se invoca, de forma ramplona e ignorante, la defensa de la democracia cuestionando las relaciones del gobierno con los países de la OPEP, se apela a troche y moche, sin saber qué es, el ‘eje del mal’ que le prescribió George Bush al resto de la humanidad”³⁰².

5.2.4. Pluralismo interno y/o externo del medio

En una Venezuela donde la información está regida por una serie de variables que se desarrollan en medio de un discurso polarizador, es posible ver un pluralismo externo, definido por una contraposición política de los medios de comunicación. Que si bien, como hemos visto, no responde a intereses de instituciones partidarias

³⁰² *Ibid.*

políticas, sí lo hace a los intereses políticos particulares de los dueños. En ese escenario, se observa un pluralismo externo dotado de la presencia de medios de comunicación que representan visiones políticas distintas de la sociedad. En este caso existe una diferenciación clara entre los medios a favor del proyecto bolivariano que propone el gobierno y otro en contra.

Esto obedece a una extrapolación del discurso, en el cual los matices están prohibidos. En esa línea no existiría un pluralismo interno porque este dependería de “neutralidad” de los contenidos, ya que se encontraría alejado de los organismos políticos.

5.3. INTERVENCIÓN ESTATAL

Uno de los grandes interrogantes que guardan estrecha relación con la intervención estatal, es la existencia de libertad de expresión. Por lo cual, esta categoría de análisis no sólo puede ser vista desde la intromisión gubernamental o partidaria en el manejo de la radiotelevisión pública, sino también desde las regulaciones a la normativa legal, la presión política a través del grado de subvenciones a los medios de comunicación, e incluso la concentración de los espacios de opinión política.

En esa línea nos encontramos con que, a pesar de que el artículo 57 de la constitución bolivariana de Venezuela reconoce la libertad de expresión, ésta en la práctica ha sido minada por una serie de acciones³⁰³. Oscar Lucien, destaca en su

³⁰³ Anexo 5: Artículos de la Constitución Bolivariana de Venezuela sobre la Libertad de Expresión.



trabajo varios temas fundamentales que denotan la debilidad de un sistema democrático en relación con la libertad de expresión:³⁰⁴

- El uso y abuso inconstitucional de los medios radioeléctricos del Estado, en especial de las “cadenas”.
- La formación de un marco legal intimidatorio, no solo en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, sino también en la Reforma del Código Penal.
- El cierre de RCTV y de 34 emisoras de radio.
- La concentración de medios de comunicación del Estado para uso exclusivo del Gobierno.

Más allá de lo expuesto por el autor, se debe considerar la existencia de una campaña mediática oficialista sin precedentes, que ha construido un gran discurso gubernamental a través del aparataje mediático estatal. Una herramienta que sería un privilegio en casos de necesidad, para comunicar asuntos de Estado, pero que se han convertido en mecanismos para alimentar la opinión pública sobre temas políticos, que se reproducen en más de 30 canales de televisión y 750 emisoras de radio legales, en simultáneo.

“2334 cadenas obligatorias de radio y televisión con una duración total de 97.561 minutos, desde el año 1999 hasta el mes de junio de 2012 ha realizado el presidente Hugo Chávez. La media del tiempo de estas transmisiones es de 42 minutos. 14 cadenas al mes, una cada dos días. Son muchas horas en las que se limita la posibilidad de expresarse a los voces críticas, al obligar a difundir un mensaje que se emite desde el Poder Ejecutivo; y al mismo tiempo se

³⁰⁴ LUCIEN, O., *Op. cit.*, pp. 29-30.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

pretende obligar a las personas a ver determinados mensajes y se reduce la diversidad en el debate de la esfera pública”³⁰⁵.

Este mecanismo a pesar de las críticas de oposición por el uso indiscriminado de cadenas nacionales, se fortaleció en el marco legal de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión en 2004, cuando en el capítulo correspondiente a “modalidades de acceso del Estado a espacios gratuitos y obligatorios” (artículo 10), se determinó que la orden de transmisión gratuita y obligatoria de mensajes y alocuciones oficiales podrá ser notificada mediante la difusión del mensaje a través de los medios públicos. Esto sería posteriormente perfeccionado con la Providencia Administrativa de Conatel No. 407, del 8 de marzo de 2004, que trata sobre la obligatoriedad de la transmisión de cadenas cada vez que sea emitido el anuncio correspondiente, “coletilla de cadena”³⁰⁶.

De igual forma, La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, conocida como Ley Resorte por el Gobierno, y como “Ley Mordaza” por los opositores, establece en el artículo 192 el poder de transmitir cadenas. Sin embargo, el artículo 209 le otorga al Ejecutivo la facultad de hacerlo cada vez que lo crea necesario, lo cual ha servido para el uso y abuso de este medio para disputar el espacio del poder de la opinión con la oposición.

“Hasta tanto se dicte la ley correspondiente, el Ejecutivo Nacional podrá, cuando lo juzgue conveniente a los intereses de la Nación, o cuando así lo exigiere el orden público o la seguridad, suspender la transmisión de comunicaciones cursadas a través de los distintos

³⁰⁵ ALERTA VENEZUELA, “La censura continuada de las cadenas obligatorias”, en *Alerta Venezuela*, 2012, <http://transparencia.org.ve/wp-content/uploads/2012/10/Alerta-Electoral-3-Espanol.pdf> (consultado el 12-01-2014).

³⁰⁶ CONATEL, Providencia Administrativa N° 407, 26-03-2004.



medios de telecomunicaciones, todo ello de conformidad con la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela³⁰⁷.

No obstante, no solo la apabullante estrategia de comunicación ha hecho del Estado un ente de fuerte presencia en los medios, sino también sus regulaciones legales, en las cuales se ha amparado el gobierno para cerrar varios medios de comunicación. Ejemplo de ello fue el cierre de *Radio Caracas Televisión* en 2007, un canal opositor al Gobierno de Chávez. A este medio, no se le permitió renovar la licencia y se le confiscaron también los equipos y la infraestructura. Mientras que en 2009 se clausuraron 34 emisoras de radio. Esto es parte de una línea de persecución a los medios de comunicación opositores al Gobierno. También se pueden citar los casos abiertos por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones contra Globovisión entre 2009 e inicios de 2010, con 6 procedimientos sancionatorios abiertos que podrían contemplar la suspensión de transmisiones o la revocatoria de la concesión.

Otro de los mecanismos de control, propiciados por el Gobierno nacional es la obligatoriedad del registro de Productor Nacional Independiente, que se realiza cada dos años. Esto ha hecho que la renovación de espacios de radio y televisión tenga complicaciones al tratar de obtener la certificación de los mismos debido a información que estos producen.

Los casos citados y las formas de control sobre los medios de comunicación han hecho que el ejercicio de la libertad de expresión sea decadente. El control de los espacios de opinión se ha convertido en un mecanismo de censura previa, que va acompañado de una falta de acceso a la información de las instituciones del Estado, y una fuerte intimidación verbal por parte de altos funcionarios hacia los periodistas, que se observa en los espacios de opinión. Carlos Correa y Andrés Cañizales dan como ejemplo de ello los casos de Petkoff en *El Mundo*; el caso de la periodista

³⁰⁷ Ley Orgánica de Telecomunicaciones de Venezuela, Art. 209.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Diajanira López y la retirada de su programa de televisión, "Diajanira al mediodía", transmitido por el canal TVS de Maracay, entre otros.³⁰⁸

De acuerdo con el Informe Anual de PROVEA 2006-2007, el hostigamiento judicial y la intimidación verbal e incluso física, fueron parte de las estrategias del gobierno para frenar a la oposición mediática. Incluso se citan varios casos como: a) la destrucción que los Tupamaros (grupo seguidor del presidente Hugo Chávez) realizaron en la sede del canal RCTV, el día 15.04.07 b) amenazas al director del portal web Noticiero Digital, Roger Santodomingo, que terminó en el incendio que sufrió su auto cuando se encontraba estacionado frente a su residencia; c) lo mismo le sucedió al director del periódico alternativo de Yaracuy, *El Portavoz*, Arlen Salazar³⁰⁹.

El gobierno venezolano también ha buscado sancionar la caricatura política. El 13.01.07 se multó con 200 millones de bolívares (93.000 US\$) por el juzgado de menores al vespertino *Tal Cual*, después de que se publicara el 25.11.05 una editorial humorística de Laureano Márquez, con el título "Querida Rosinés". En éste se incluía una carta dirigida a la niña para que le pida a su padre (el Presidente Chávez) que le hable de temas de intereses opositores. Esto fue considerado por el Gobierno como una violación a la intimidad, por lo cual se extendió la multa.

³⁰⁸ CORREA, C., CAÑIZALES, A., *Libertad de expresión en Venezuela. Una lectura desde el sistema interamericano de DD.HH.*, p. 12, <http://www.iidh.ed.cr/comunidades/LibertadExpresion/Docs/Libertad%20expresion%20Venezuela,%20lectura%20desde%20sist%20inter%20de%20DH.pdf> (consultado el 02-02-2014).

³⁰⁹ PROVEA, "Informe 2006-2007: derecho a la libertad de expresión e información en Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación", en *Comunicación*, 2008, n°141, pp. 64-69.



5.3.1. Medios públicos

Como se ha explicado anteriormente en la estructura de los medios de comunicación, el sistema de medios públicos tuvo un importante avance después de 2002, cuando tuvo lugar la huelga general a la que el gobierno venezolano denominó golpe de estado. Tras ello, la plataforma mediática creció considerablemente. Más allá de los existentes y conocidos como medios públicos, nacieron los medios paraestatales, denominados así porque se crearon por iniciativa del gobierno.

“Hoy en día, el gobierno cuenta con cinco canales de televisión: Venezolana de Televisión (VTV), Vive TV, Asamblea Nacional TV, Ávila TV y Telesur. En el sector de la radio posee siete emisoras agrupadas en Radio Nacional de Venezuela (RNV) y el circuito YVKE Mundial. También posee la Agencia Bolivariana de Noticias (ABN). Ese escenario de medios se completa con la Red Digital del Ministerio de Comunicación e Información (MCI) y la red Ven-Global News, que ofrece información de la actualidad nacional a escala internacional. A toda esta estructura hay que añadir los llamados medios paraestatales o medios parapúblicos, compuestos por aproximadamente 400 emisoras de radio comunitarias, 36 televisoras comunitarias y unos cien periódicos de distinta periodicidad. La mayoría de estos medios, alternativos y comunitarios, forman la Asociación Nacional de Medios Comunitarios Libres y Alternativos (ANMCLA)”³¹⁰.

Dado que la televisión es el principal medio de información de los venezolanos, el número de medios televisivos del Gobierno aumentó significativamente. Así se refleja en el párrafo anterior, pues de tener un canal de televisión (Venezolana de Televisión), se obtuvieron cinco señales más (TVES, Vive, ANTV, Ávila TV y Telesur).

³¹⁰ HALLIN, D., MANCINI, P., Un estudio..., pp. 133-134.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Sin embargo, en radio maneja tres emisoras de alcance nacional: Radio Nacional de Venezuela, YVKE Mundial y Rumbos. A esto se suman 250 de carácter comunitario. Mientras que en prensa escrita son tres diarios: *Vea*, *El Correo del Orinoco* y *Ciudad CCS*. Lo destacable de este aparataje comunicacional que ha logrado acumular el gobierno es la utilización de estos medios como un canal de transmisión ideológico. Y a la par, la construcción de una hegemonía comunicacional que va acompañada de mecanismos represores para aplacar a los medios de comunicación privados y construir una sola voz informativa que apunta al adoctrinamiento político. Se debe entender, que ésta lógica parte de una reestructuración comunicacional regional, y por tanto obedece a una dinámica que puede cambiar en función de los gobiernos de turno. Existe una transición de la hegemonía de los medios privados hacia una gubernamental que es producto del desarrollo de un sistema mediático iliberal.

Empero, el polarizar discursivamente el discurso político a través de tantos mecanismos comunicacionales, ha propiciado un clima hostil y dividido entre los ciudadanos, situación que se refleja en audiencias que son o pro chavistas u opositoras del mismo.

El cierre de la televisión RCTV en 2007, y que fue una de las razones por las cuales los ciudadanos se manifestaron en las calles, marca también un antecedente importante, ya que la decisión de no renovar la concesión a este medio se dio a pesar de que el término de contrato sería un año después del cese de la señal, por lo cual la posición opositora asume que la decisión fue meramente política, en castigo a su línea editorial crítica con el gobierno. Medio que además, hasta el 2006, contaba con "el primer lugar de preferencia (28% del Share, contra 27% de Venevisión)", según Andrés Cañizales. Y que en comparación con la acogida que tuvo el canal TVES- del



Gobierno-, que ocupó su lugar, "apenas alcanzara el 2% en 2008"³¹¹. Cañizales también destaca que "los principales canales privados de cobertura nacional, Venevisión y Televen, subieron siete y dos puntos respectivamente en el año 2008, lo cual puede interpretarse como una captura de audiencia tras el cese de RCTV"³¹².

De esta forma, Venezolana de Televisión adoptó el eslogan "el canal de los venezolanos", a pesar de mantener una programación propagandista del Gobierno de Chávez.

"Dos de los programas bandera de Venezolana de televisión, la hojilla y los papeles de mandinga, están dedicados, particularmente, a descalificar a partidos, dirigentes y personalidades de la oposición democrática apelando a los insultos, al empleo de un lenguaje escatológico, a la utilización perversa de medias verdades y de la mentira. En lo que pareciera una grave connivencia con cuerpos policiales o de inteligencia, suelen mostrar documentos impresos y conversaciones telefónicas privadas (prohibido por la Constitución) para desacreditar a los opositores del Gobierno. A pesar de las múltiples denuncias nunca se ha producido un pronunciamiento del Ministerio Público, garante de la confidencialidad de las comunicaciones privadas. Por el contrario, en el caso de la hojilla el programa es avalado, de hecho, por la recurrente intervención telefónica del Jefe del Estado y por la aseveración del Ministerio de Comunicación e Información de que esta emisión forma parte de la guerra mediática"³¹³.

Los medios públicos se han multiplicado en los últimos años haciendo del Estado un gran aparato comunicador de información y propaganda gubernamental que se desenvuelve en una lógica de guerra de posiciones hacia la construcción de un discurso hegemónico.

³¹¹ CAÑIZÁLEZ, A., "Venezuela 1999-2009 Retrocesos para la gobernabilidad democrática y la libertad de prensa", en *Comunicación*, 2011, n° 156, p. 93.

³¹² Anexo 6: Mapa conceptual de las principales tendencias de la hegemonía mediática en Venezuela.

³¹³ LUCIEN, O., *Op. cit.*, p. 40.

De acuerdo a la investigación “propietarios de la Censura”, los medios de comunicación simpatizantes al gobierno han ido en aumento. Al menos el 44% de estos cambiaron a una línea editorial a favor del gobierno local y el 20% cambió a una línea editorial neutra. Dos medios intensificaron su línea editorial en pro del gobierno local. De estos el 36% fueron clausurados³¹⁴.

“El Estado ha creado nuevos medios impresos y televisoras, y apoya la gestión de medios oficialistas comunitarios. En 2014 y 2015, se han fundado versiones regionales del diario Estatal Ciudad Caracas (Ciudad Petare, Ciudad Valencia, Ciudad Portuguesa), También el diario del partido de gobierno, que salió en el último semestre de 2014, y se llama el CuatroF. Por su parte el 52% de los medios analizados cambiaron de línea editorial luego de su venta o no renovación de concesión. 11 medios de los 25 analizados pasaron de una posición crítica al gobierno a una favorable y 9 cerraron”³¹⁵.

Esto ha propiciado que las editoriales mantengan una línea en su mayoría oficialista, sesgando la información e influyendo en la polarización de las audiencias.

5.3.2. Las subvenciones a los medios de comunicación

En cuanto a la intervención del Estado, como se ha explicado anteriormente no sólo depende de la línea política de los medios públicos, sino también del tipo y volumen de las subvenciones que otorga el Gobierno a los medios de comunicación, ya que estos funcionan como mecanismos de presión en la línea editorial. Por lo cual esta medida sirve como recompensa y castigo para quienes se posicionan a favor o en contra de quien los ofrece.

³¹⁴ DE FREITAS, M., CORREA, C., *Op. cit.*, p. 73.

³¹⁵ *Ibid.*



Por lo que, en línea con los intereses del gobierno, la publicidad estatal fluía hacia aquellos que eran afines al proyecto político oficialista. Una medida que va acompañada de una asignación de frecuencias condicionada, y que alienta la autocensura y pone en peligro la labor informativa de los comunicadores sociales.

La pauta publicitaria constituye un elemento importante, puesto que en muchas ocasiones éste es el medio de subsistencia de los medios de comunicación.

“En 2015, la inversión pública para publicidad y propaganda acumula Bs. 612.867.446,00 (\$ 97 mil), cuatro veces más de las partidas que se ejecutaron en 2012, que coincidió con la última campaña presidencial de Hugo Chávez. En una jornada simultánea en 11 estados del país, IPYS Venezuela midió la distribución de la publicidad en 38 periódicos y determinó que al menos 90% de los 76 anuncios estatales se concentró en 2 medios oficiales y 11 con tendencia pro-oficialista. Mientras que la publicidad oficial estuvo ausente en 16 diarios con tendencia crítica y equilibrada, que conforman un grupo de medios que han sido acusado por autoridades gubernamentales nacionales y regionales como responsables de una “guerra mediática” en contra del gobierno”³¹⁶.

Una editorial de diario *La Razón*, evidencia una asignación discrecional de la pauta de publicidad, en el primer año de gobierno de Chávez.

“Desde el sector oficial, con el desprestigiado expediente de retirar la pauta publicitaria, se intenta cercar económicamente –de hostigar, en fin- al semanario más querido por la población nacional (...) A pesar del acoso, soportaremos estoicamente ésta y otras calamidades. Nos sobra madera para luchar contra las adversidades. Precisamente el éxito de *La Razón* es no haberse doblegado ante quienes detentan circunstancialmente el poder”³¹⁷.

³¹⁶ El Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela, 2015, <http://ipys.org.ve/especiales/publicidadporsilencio/> (consultado: 25-01-2016).

³¹⁷ *La Razón*, 12-12-1999.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Incluso editoriales de diarios afines al gobierno, como lo son *Panorama* y *Últimas noticias*, anunciaron en el contexto del revocatorio los privilegios de su posición oficialista:

“El muy atractivo y jugoso negocio de imprimir la data electoral, contentiva de las firmas que solicitan los diversos revocatorios, se repetirá entre los diarios *Panorama* y *Últimas Noticias*. Serán 300 mil ejemplares que serán repartidos en todo el país los días, 6, 7, y 8 de mayo. La decisión se tomó con los votos de la mayoría oficialista del ente electoral. Es obvio que se premió la fidelidad a la revolución que se plasma en las páginas de los dos periódicos”³¹⁸.

Finalmente, otra de las formas con las cuales interviene el Estado es a través de la asignación de las divisas, con lo cual el Gobierno controla la adquisición de insumos necesarios para la operación de las empresas de comunicación. Desde esta óptica, se establece un control económico a los medios para facilitar o entorpecer sus funciones. No obstante, se debe considerar la posición de una empresa mediática que aguardó bajo el paternalismo de la época neoliberal y prefirió ser dependiente de los subsidios del Estado sin una inversión en el desarrollo de material primario para su funcionamiento (papel periódico). Esto evidencia un sistema mediático empresarial pensado en el desarrollo económico y sus intereses gremiales por mantener sus intereses más allá de la lógica profesional de la comunicación y la información. Es decir una industria que prefería sacar sus capitales al extranjero en vez de invertir en la producción nacional y la generación de empleo.

³¹⁸ *El Carabobeño*, 02-05-2004.



5.3.3. Regulaciones legales de los medios de comunicación

Desde el Gobierno del Presidente Hugo Chávez se ha desatado una ola reguladora referida a los medios de comunicación principalmente por la información que pudiere circular. Por lo que en estricto control de ello, el 14 de enero de 2007, se ordenó la eliminación de los departamentos de Prensa y Publicidad de todos los Ministerios, a fin de que el Ministerio de Comunicación e Información (MINCI) asumiera la comunicación de todos ellos.

En esa línea el Gobierno introdujo una serie de normas legales que fueron más allá de las relacionadas con la Ley de Comunicación, por lo cual se pueden encontrar artículos enfocados al ámbito de la comunicación en diferentes marcos legales.

A continuación se observarán las políticas de comunicación que ha desarrollado el Gobierno en un afán por construir una hegemonía comunicacional.

5.3.3.1. Artículos del Código Penal venezolano

El Gobierno venezolano consideró en marzo de 2005 realizar reformas al Código Penal, en las cuales se contemplan los delitos por desacato o vilipendio. En éstas, además, se endurecen las sanciones por “delitos de expresión”, como lo manifiesta Oscar Lucien³¹⁹.

En el Código Penal de Venezuela se puede encontrar una serie de artículos que están enmarcados en la figura de la ofensa verbal con defensa exclusiva a los

³¹⁹ LUCIEN, O., *Op. cit.*, p. 52.



funcionarios públicos. De esta forma, aunque las ofensas verbales provenían del Primer Mandatario a opositores, se podía sancionar a quienes incurrieren en esta forma de desacato a miembros del Congreso o a algún funcionario público.

Entre esos artículos tenemos el 223, que establece una sanción de hasta un año al que ofendiere de alguna manera el honor de otra persona. De igual forma, el artículo 226 señala una multa de hasta dos años para quienes ofendieren “de alguna manera el honor, la reputación, decoro o dignidad de algún cuerpo judicial, político o administrativo”³²⁰.

En definitiva, las leyes de desacato fueron expedidas con una visión proteccionista del gobierno y sus representantes públicos en todos los niveles, para censurar la crítica opositora. Claramente como lo han expresado: el Estado no puede concebir una libertad de expresión que permita la injuria. No obstante, a quienes se ha protegido en la norma no es a los ciudadanos, sino a los funcionarios públicos, a fin de que sus roles políticos no sean puestos en duda.

Los artículos que fueron modificados, lo que hacen es mostrar una postura estatal orientada a la criminalización de la opinión con sanciones privativas de libertad.

Por ejemplo, el artículo 297 estipula una pena de dos a cinco años de cárcel por la difusión de información falsa que tenga la intención de ‘sembrar el pánico’. Una figura completamente subjetiva. De igual forma, el artículo 444, establece una multa de uno a tres años de cárcel por delito de difamación e incitación al odio público.

“El Código Penal, previo a esta reforma, sancionaba una pena máxima de 18 meses de cárcel. Ahora bien, este artículo que hace expresa referencia a las publicaciones en la prensa,

³²⁰ Anexo 7: Artículos del código penal venezolano sobre leyes de desacato.



establece que si el delito se comete públicamente, la condena podrá llegar hasta cuatro años de cárcel, además de duplicar la sanción económica³²¹.

5.3.3.2 Ley Orgánica de Telecomunicaciones

Bajo el derecho legítimo que le otorga la Constitución al Gobierno nacional en su artículo 208 para establecer una normativa que regule el contenido de las transmisiones de los medios de comunicación, se expidió el 31 de mayo de 2000 la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

Esta sería la tercera normativa, después de las de 1936 y 1940, que propugna el control del espectro radioeléctrico como un bien público.

5.3.3.3. Ley de Responsabilidad Social en radio, televisión y Medios electrónicos

Aunque la Ley se aprobó en 2005 (Gaceta Oficial N° 38.33), se realizaron reformas a la misma en 2010. Las mismas que fueron publicadas en la Gaceta Oficial número 39.479, el 4 de agosto de 2010. Mejor conocida por el oficialismo como Ley Resorte y por la oposición como Ley Mordaza o Ley de Medios, por su carácter regulador, controlador y sancionador. Entre los cambios introducidos a la normativa se encuentra:³²²

³²¹ LUCIEN, O., *Op. cit.*, p. 53.

³²² MOLINA, H., “Acerca de la ley resorte y medios electrónicos”, en *Comunicación*, 2011, n° 153, pp. 85-89.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- En su artículo 29 sanciona los mensajes: d) aquellos que pudieran incitar o promover el odio y la intolerancia por razones religiosas, políticas, por diferencia de género, por racismo o xenofobia. f) Aquellos que pudieran ser contrarios a la seguridad de la Nación. i) Aquellos que puedan construir manipulaciones mediáticas dirigidas a fomentar zozobra en la ciudadanía o alterar el orden público³²³.
- Amplía el horario “todo usuario”, de 6 am a 9 pm. Mientras que limita a un solo bloque el “horario supervisado”.
- Se prevé que la programación esté regida por radionovelas y telenovelas que correspondan a un 50% de producción nacional.
- El monto de sanciones aumenta hasta el 10% de los ingresos brutos, e incluso puede llegar al cese de transmisión momentánea de hasta 72 horas continuas.
- Las regulaciones también llegaron a los medios electrónicos con el afán de sancionar y responsabilizar a los proveedores del servicio web por la difusión de mensajes que pudieran incitar a la violencia, los delitos sexuales u otros abusos.
- En cuanto a la difusión de publicidad y propaganda el tiempo fijado señala que no se puede exceder de quince minutos por cada sesenta de difusión, y éste puede ser dividido hasta un máximo de cinco fracciones.
- En su artículo 10, se establece que los medios de comunicación no pueden interferir en los mensajes difundidos de carácter obligatorio por el Estado.
- En las reformas del 2010, se eliminó la figura del Consejo de Responsabilidad Social en el artículo 20 de la Ley de 2005. Pero se mantiene la de Directorio

³²³ Ley de Responsabilidad Social en radio, televisión y Medios electrónicos, Venezuela.



de Responsabilidad Social, que está presidido por el director general de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones.

- El Directorio de Responsabilidad Social tiene como fin observar que se cumpla con las normas de la Ley Resorte; y se establezcan las sanciones si ha lugar.
- El artículo 24 establece que los prestadores de servicios, de radio y televisión, deberán pagar una contribución parafiscal por la difusión de su producto en territorio venezolano.
- Las multas establecidas van desde cincuenta hasta doscientas unidades tributarias, e incluso se registran, y con un 4% de los ingresos brutos por no atender las solicitudes de los órganos competentes. De igual forma, en el artículo 28 se sanciona con multas del 1% y 2% de ingresos brutos del año fiscal anterior a aquellos prestadores de servicios que incurrieran en infracciones.
- Los artículos 27 y 29 están orientados a prohibir la difusión de mensajes que inciten o promuevan el odio, de tal forma que no se altere el orden público. Estos artículos tienen como fin el evitar que se promueva el desconocimiento de las autoridades, la incitación al desacato del ordenamiento jurídico vigente.
- En el artículo 33 se disponen las competencias administrativas del Consejo Nacional de Telecomunicaciones que puede sancionar por desacato a las resoluciones del órgano de control en materia de concesiones.

Después de observar estos artículos, se puede concluir que la Ley Resorte constituye un marco legal que contempla una serie de prohibiciones, sanciones y



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

suspensiones que alimentan la autocensura en la práctica periodista y en el ejercer de los medios de comunicación como empresas responsables del *accountability* social.

Estos marcos legales se encuentran acompañados por una serie de Consejos especiales que provienen del cumplimiento de las leyes para regular a las empresas de comunicación.

“En Venezuela existen diversos organismos que regulan el sector de las tecnologías de la información y la comunicación. La Comisión Nacional de Telecomunicaciones, el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MCT), el Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI), el nuevo Ministerio de Telecomunicaciones (2007) y el Ministerio de Comunicación e Información (Minci). Todos estos entes gubernamentales están orientados hacia la regulación de la estructura comunicacional del país”³²⁴.

Los intentos por controlar a los medios de comunicación han sido constantes, por lo que se quiso añadir un “Consejo de vigilancia” de los medios y de la veracidad e imparcialidad de la información a los ya existentes. Éste pasaría por la Ley de Participación Ciudadana en noviembre de 2001, pero la discusión de la Ley no avanzó en la Asamblea nacional.

5.4. DESARROLLO DE LA PROFESIONALIDAD DE LOS PERIODISTAS

A fin de conocer cuál es el grado de profesionalización de los periodistas venezolanos, es importante observar su trayectoria desde las escuelas de formación hasta el ejercicio mismo de la profesión.

³²⁴ HALLIN, D., MANCINI, P., Un estudio..., pp. 134.



La primera escuela de periodismo en el país tuvo sus inicios en 1946, muchos años después de la aparición del primer periódico en Venezuela (1810)³²⁵. Sus principios éticos y profesionales tenían como base la escuela norteamericana con conceptos como la objetividad. Con los años el panorama político y la estructura comunicacional hicieron que la información esté más orientada hacia la opinión.

Sin duda, los periodos de dictadura son los que más han censurado la libertad de información. No obstante, con el Gobierno del Presidente Hugo Chávez por elección legítima, se ha cuestionado internacionalmente la libertad de expresión. Esto, debido a varias razones, entre ellas: un discurso presidencial en contra de los medios de comunicación, un clima de intimidación que fortalece la autocensura y el reiterado uso de acciones judiciales que han obstruido la labor informativa, que de acuerdo a la empresa Espacio público, serían 75 periodistas sometidos a juicios penales en once años de Gobierno del Presidente Chávez³²⁶.

“En una ocasión, incluso el Presidente Hugo Chávez, en octubre del año 2000, increpó directamente a Pedro León Zapata a propósito de una caricatura suya acerca de la sociedad civil. El presidente preguntó públicamente al caricaturista: “¿tú piensas así, o te pagan para que opines así? El caricaturista en una entrevista afirmó que era la primera vez que algún presidente de Venezuela, manifestaba su desagrado con alguna de sus caricaturas. Además de este evento en diversas oportunidades el presidente realiza fuertes críticas, incluso personales, a las informaciones y titulares de los medios”³²⁷.

La intimidación no solo llega a los periodistas sino a los dueños de los medios de comunicación, quienes también han adoptado el mismo rol a fin de no verse perjudicados por posibles acciones del Gobierno de turno. Ejemplo de ello es el

³²⁵ DÍAZ, E., *La prensa venezolana en el siglo XX en Diccionario de Historia de Venezuela*, Caracas, Fundación Polar, 1997, p. 7.

³²⁶ LUCIEN, O., *Op. cit.*, p. 141.

³²⁷ *El Nacional*, 29/30-10-2000.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

programa de la periodista Diajanira López, con el nombre "Diajanira al mediodía", transmitido por la televisora TVS de Maracay, que fue suspendido.

“En sus declaraciones a los medios de comunicación, la periodista manifestó que desde el año 2000, el propietario le indicaba que no debía hacer cuestionamientos al gobierno porque ello se podría traducir en alguna retaliaciones contra sus empresas. Posteriormente se conoció que la Fiscalía General ordenó abrir una investigación por la suspensión y censura del mencionado programa de TV”³²⁸.

Un caso similar se registró con la periodista Marietta Santana, que tenía uno de los programas líderes de audiencia en RCTV con el programa “A puerta cerrada”, que fue despedida en mayo de 2007 por participar en una marcha que rechazaba la medida de cierre anunciada por el Gobierno al mismo canal. Santana expresó que la cadena le habría dicho: “Atente a las consecuencias, tú no tenías que haber participado en esa marcha, tú nos estás poniendo en una situación muy delicada con el Gobierno”³²⁹.

Hechos como esos, demuestran la existencia de un clima de trabajo hostil para los periodistas, que ejercen su profesión en medio de la autocensura, y un cerco a la libertad de información, acompañado de presiones judiciales y personales. Como se ha visto antes, la crítica se ha vuelto un delito con sanciones penales, lo cual ha delimitado aún más los espacios de opinión.

³²⁸ *La Calle*, 27-01-01.

³²⁹ LUCIEN, O., *Cerco Rojo a la libertad de expresión*, Caracas, La hoja del Norte, 2011, p. 84.



Tabla 16

PROGRAMAS EXCLUIDOS

Televisión	Periodista y programa censurado
Canal Televen	Marta Colomina. Programa: La entrevista
Canal Televen	Cesar Miguel Rondón. Programa: 30 Minutos
Canal Globovisión.	Orlando Urdaneta. Programa: Titulares de mañana.
Canal Venevisión	Napoleón Bravo. Programa: 24 horas.
Canal Venevisión	Ibéyise Pacheco. Programa: en privado.
Canal CMT	Asdrubal Aguiar. Programa: En profundidad.
Canal CMT	Idania Chirinos. Programa: Espejo público.
Canal CMT	Teodoro Petkoff. Programa: Y Teodoro ¿Qué dice?.
Canal I.	Idania Chirinos/Vladimir Villegas. Programa: Contrapeso.
Canal Venezolana de Televisión.	Gracia Elena Candela. Programa: canal abierto.
Radio	
Canal jazz 95.5 FM	Marianella Salazar. Programa: Con cierta ligereza.
Emisora: CNB 102.3 FM	Isa Dobles. Programa: Reencuentro de medianoche.
Emisora color 99.5 FM (Aragua).	Ruth Chacón.
Prensa escrita	
Diario El Mundo	Teodoro Petkoff en calidad de director es obligado a renunciar por presiones.
Diario El Mundo	Francisco “KIKO” Bautista, es el que sucede a Petkoff quien deja también el periódico por episodios de censura o autocensura relacionados con la publicación de los resultados de una encuesta realizada por la Universidad Central de Venezuela.

Fuente: LUCIEN, O., *Cerco Rojo a la libertad de expresión*, Caracas, La hoja del Norte, 2011, pp. 119-126.

“Espacio público”, una entidad, encargada de denunciar los abusos y la censura a la libertad de expresión, documentó durante el periodo de 2002 a 2006 una serie de incidentes que involucran el asesinato de seis comunicadores: Jorge Aguirre, fotógrafo de la Cadena Capriles (Caracas); José Joaquín Tovar, director del Seminario *Ahora* (Caracas); Jesús Flores Rojas, columnista y corresponsal del Diario *La Región* (Anzoátegui), Pedro Bastardo, coordinador de la oficina de prensa del Municipio Bolívar (Sucre); Jorge Tortoza, reportero gráfico del *Diario 2001*; y Mauro Marcano, periodista, conductor de un programa en la Emisora Radio Marcano,



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

periodista, conductor de un programa en la emisora Maturín y cronista del diario *El Oriental*³³⁰.

La salida de la programación de varios programas de opinión, y su reemplazo por programas de entretenimiento, o el cambio de presentador por uno más alineado con la política del gobierno, y aun así su reducción en la programación, es parte de una estrategia por formar ciudadanos apolíticos, desinformados a fin de que la línea discursiva del Presidente sea vertical.

Además, también existe un alto grado de autocensura por parte de un gran segmento de periodistas, que temen las represalias del gobierno venezolano.

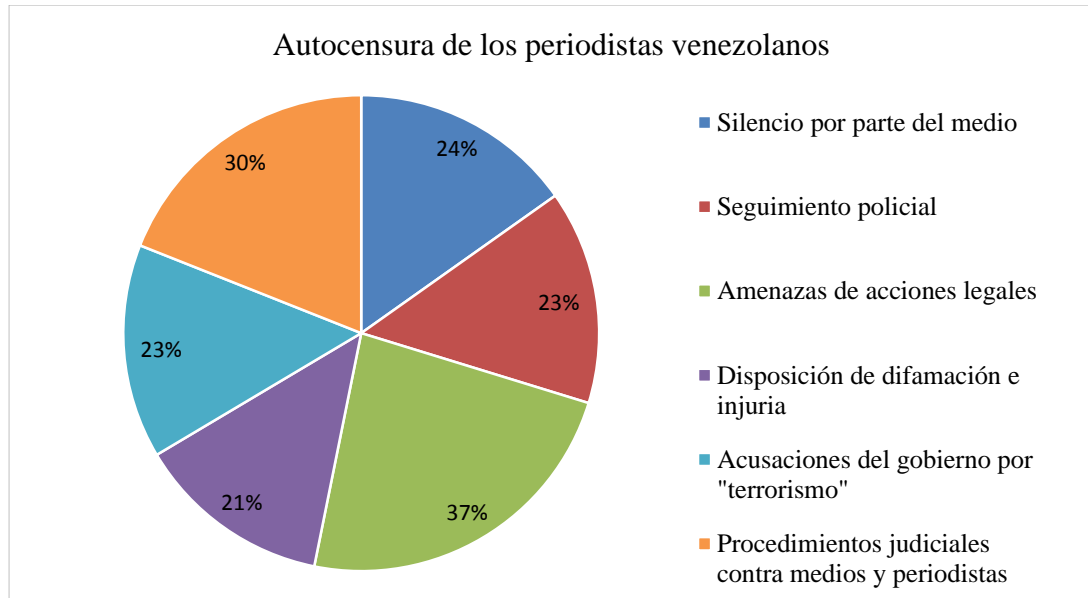
Un estudio del Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela (IPYS Venezuela) que cubrió el 67% del territorio durante el 2015, con la consulta a 227 periodistas tanto de medios privados (73,13%), independientes (10,57%), comunitarios (7,49%) y estatales (8,81%), en 16 estados del país, asegura que el mayor temor de los comunicadores está en las amenazas de acciones legales y los procedimientos legales que podrían levantarse en contra de ellos o del medio de comunicación que representan.

³³⁰ CORREA, C., CALDERÓN, D., (coords.), *El peso de las palabras, Procesos judiciales y libertad de expresión en Venezuela 2002-2006*, Caracas, Espacio público, 2007 (*passim*).



Gráfico 4

VENEZUELA: AUTOCENSURA EN EL EJERCICIO PERIODÍSTICO

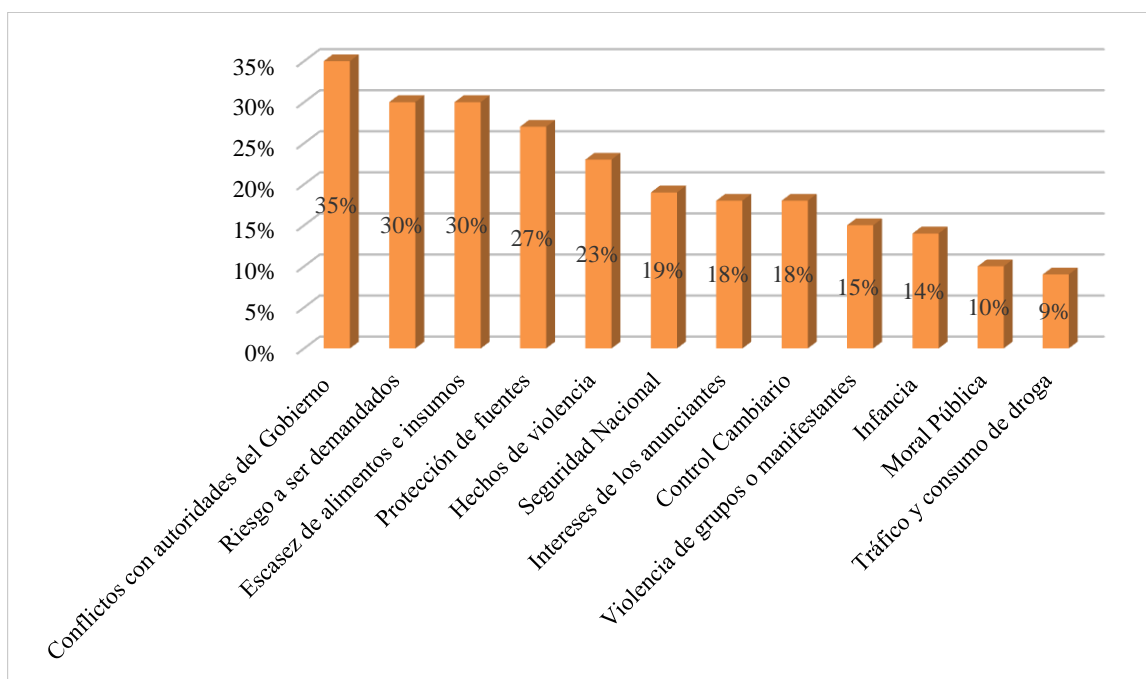


Fuente: INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD DE VENEZUELA (IPYS VENEZUELA), *Estudio Censura y Autocensura 2015: Periodismo en arenas movedizas*, <http://ipysvenezuela.org/especiales/estudio-censura-y-autocensura-2015-periodismo-en-arenas-movedizas/> (Consultado: 27-01-2016).

La investigación de IPYS también señala que los grupos económicos privados fueron durante 2015 los que más establecieron la censura previa. Además se añade que las empresas mediáticas se censuraron en el tratamiento de temas de información, en su mayoría por conflictos con autoridades el gobierno, seguido por temores ante demandas al medio o al periodista.

Gráfico 5

TEMAS DE RESTRICCIÓN EN LAS EMPRESAS MEDIÁTICAS



Fuente: INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD DE VENEZUELA (IPYS VENEZUELA), *Estudio Censura y Autocensura 2015: Periodismo en arenas movedizas*, <http://ipysvenezuela.org/especiales/estudio-censura-y-autocensura-2015-periodismo-en-arenas-movedizas/> (Consultado: 27-01-2016).

La censura interna por parte de las empresas de comunicación, de acuerdo al mismo informe asegura que al menos el 36% de los periodistas consultados tenían prohibido por sus jefes el nombrar a actores específicos. Estos datos demuestran un clima de hostilidad perjudicial para el ejercicio periodístico que afecta no solo al sector público sino también al privado.

5.5. CONCLUSIONES

Dado que el análisis estuvo enfocado hacia el estudio de variables y su similitud al modelo pluralista polarizado de los países mediterráneos de Hallin y Mancini, como categoría más cercana, las conclusiones se harán a partir de su aplicabilidad al modelo, en base a las cuatro variables macro:

- a) Desarrollo de la prensa de masas: Venezuela coincide con el modelo pluralista polarizado al presentar un bajo tiraje o circulación de periódicos con una orientación a la élite, debido al alto nivel de analfabetismo y la gran brecha económica en la población, lo cual forjó el nacimiento de ciertas familias y sectores empresariales que con el tiempo son dueños de los grandes conglomerados mediáticos.
- b) Paralelismo político (relación medios y partidos): El modelo mediterráneo se caracteriza por presentar un alto grado de paralelismo basado en una estrecha relación entre el sistema de partidos y los medios que refleja en una información sesgada en base a la ideología partidista. Sin embargo, al ver la estructura de los medios de comunicación venezolanos se ha detectado un fuerte presencia comercial y familiar que ha desembocado en una presencia política basada en intereses particulares, más que partidarios. Se habla de una suerte de sistema mediático clientelar que responde a la lógica del mercado y a los intereses políticos de los grupos.
- c) El grado de intervención estatal: Sin duda, esta categoría se ve marcada por una alta intervención que no sólo viene determinada por la cantidad de leyes que han sido aprobadas para controlar y regular a los medios de

comunicación, sino también por la multiplicación de medios estatales en función de un aparataje mediático dominante y controlador. Situación que ha dado paso a la autocensura y a la violación del derecho a la libertad de expresión, que deviene de una respuesta legal y una presión a los medios de comunicación privados por posibles sanciones ante el disenso.

- d) En cuanto a la profesionalización, lo que vemos es que es completamente diferente al rol que han jugado los medios europeos. En Venezuela, la profesionalización del periodista ha sido tardía y con tendencia a la opinión, a pesar de tener como referente la escuela norteamericana sobre la objetividad. Se observa en los últimos años un clima de hostigamiento a la profesión, pero no en niveles que afecten la seguridad personal de los profesionales. Se observa un pluralismo externo predominante, con posturas marcadas a favor y en contra del gobierno de turno. Esto ha debilitado y deslegitimado el papel del periodista como un mediador y guardián del cumplimiento de las tareas estatales.

En base a lo expuesto, se puede concluir que existe una fuerte coincidencia con el modelo pluralista polarizado de Hallin y Mancini, pero se podría decir que éste encaja en sus tendencias, lo cual hace posible la formación de un nuevo modelo más caracterizado por su forma clientelar, tanto en el sector mediático público como privado.



Báez Avilés, G. I.



6. LA TRANSICIÓN DE UN SISTEMA MEDIÁTICO MIXTO A UNO ILIBERAL

Después de haber analizado el sistema mediático de Ecuador y de Venezuela, en un primer plano se puede concluir que existe una similitud global de sus características, sobre todo en ámbitos como la transición desde un monopolio mediático privado hacia una alta intervención Estatal, con el crecimiento de medios gubernamentales y públicos. Se aprecia cómo la estructura e historia mediática varía principalmente en relación con la estructura de propiedad de los medios y la proyección internacional de los mismos, principalmente en Venezuela.

El análisis por variable en Ecuador y Venezuela, demuestra que estrictamente ninguno encaja en los tres modelos planteados por Hallin y Mancini. De hecho, estos autores han propuesto que América Latina puede pertenecer a un modelo híbrido. Con este estudio, se ha logrado confirmar que al menos dos países del Cono Sur Americano no estarían dentro del modelo pluralista polarizado, a pesar de su gran cercanía con éste, y tampoco pertenecen a un modelo híbrido que combina los modelos: liberal correspondiente a los países del Atlántico Norte y el modelo pluralista polarizado de los países mediterráneos.

La variable que trata sobre el paralelismo político de los sistemas mediáticos es la que más se aleja del análisis realizado para el modelo pluralista polarizado, ya que la historia mediática de Ecuador y Venezuela no ha surgido de una estrecha relación entre los medios y los partidos políticos. Empero, si se destaca la

participación política de los medios de comunicación ligada a sus intereses políticos circunstanciales, y que por lo tanto no se ciñe a ideales políticos o ideologías. Es decir; la predominancia de una estructura clientelar comercial que con los años ha ido tomando forma acorde a los tiempos políticos.

La prensa privada, tanto de Ecuador como de Venezuela, ha sabido jugar políticamente en función de los beneficios comerciales de la época, y por tanto en la cercanía con el gobierno de turno. No obstante, se identifica en una etapa post neoliberal la formación de sistemas mediáticos mixtos, desde una perspectiva comercial y clientelar. Empero, la presencia de gobiernos potentes en la historia más reciente, como los de Hugo Chávez y posteriormente Nicolás Maduro en Venezuela y, Rafael Correa en Ecuador marcan un cambio en el sistema mediático de estos países que mantienen un paralelismo político al régimen actual: el populismo.

Al observar los sistemas de medios en los gobiernos de Hugo Chávez en Venezuela, ahora Nicolás Maduro, y con Rafael Correa en Ecuador, se identifica un fenómeno importante, que es la expansión del sistema mediático estatal e incluso gubernamental. Esto devela una fuerte intervención del Estado en la vida mediática, pero que debe ser vista en el contexto de gobiernos con una fuerte presencia política y con liderazgos populistas y clientelares que han buscado fortalecer un aparato controlador para fortalecer su influencia en la esfera pública. Son estas variables las que darán paso a una transición del modelo de sistema mediático para Ecuador y Venezuela.



6.1. COMPARATIVO DE LOS SISTEMAS MEDIÁTICOS DE ECUADOR Y VENEZUELA

A fin de nutrir la reflexión sobre el tema, resulta útil abordar esta comparación de sistemas mediáticos a través del análisis de sus similitudes y diferencias, por lo cual se expondrán las características fundamentales del sistema de medios en el siguiente cuadro.

Tabla 17

COMPARATIVO SOBRE LOS SISTEMAS MEDIÁTICOS DE ECUADOR Y VENEZUELA

VARIABLES	ECUADOR	VENEZUELA
Desarrollo tardío de historia mediática	x	x
Débil formación de un sistema de radiodifusión pública	x	x
En los últimos años: ampliación del aparataje público.	x	x
Estructura familia del mercado de los medios de comunicación	x	x
Estructura comercial / empresarial de los medios de comunicación	x	x
Expansión y formación de grandes conglomerados mediáticos internacionales	-	x
Contenido sesgado/político de la información publicada por los medios	x	x
Baja relaciones organizativas de los periodistas en sindicatos o cooperativas	x	x
Alta tendencia política y activismo político	x	x

de los periodistas		
Alto pluralismo externo	x	x
No existe pluralismo interno	x	x
Alta intervención estatal	x	x
El gobierno ejerce presiones sobre los medios a través de diferente tipos de subvenciones o pauta publicitaria	x	x
Estrictas regulaciones legales a los medios de comunicación	x	x
Existencia de casos que violentan los derechos a la libertad de expresión	x	x
Bajo desarrollo de la profesionalidad de los periodistas	x	x

Fuente: Elaboración del autor.

Observando la Tabla 17 se puede concluir que los modelos mediáticos de Ecuador y Venezuela presentan una gran similitud, incluso en lo que los diferencia del modelo europeo de Hallin y Mancini, con su modelo pluralista polarizado o mediterráneo. En esa medida es importante destacar que si bien éste podría ser el inicio de un análisis para un modelo latinoamericano, hasta estudiar las particularidades de cada uno de los países no se podrían replicar las conclusiones sobre estos países en toda la región. Pero sí reafirma que existe una compatibilidad del modelo iliberal para los dos casos de estudio de esta investigación.

El estudio realizado llama a la reflexión sobre un modelo de comunicación de servicio público, adecuado a los intereses gubernamentales y un sistema de medios



privado orientado por sus intereses políticos y económicos. Además de un modelo con intervención estatal con órganos de control.

Al inicio de este capítulo se mencionaba que los autores Hallin y Mancini en un intento de catalogar a los medios latinoamericanos han destacado que estos pertenecen a un sistema híbrido, entre el modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado con el modelo del Atlántico Norte o Liberal. Una teoría que bien podría enlazarse en cierta medida con la de Martín Becerra, que categoriza a los medios latinoamericanos como hipercomercialistas.

Una teoría que no es desatinada, pero que sin embargo no podría ser llamada mixta en base a la propuesta de los autores, ya que los países de estudio no estarían cumpliendo con las otras características del modelo del Atlántico Norte o Liberal, como se observa a continuación.

Tabla 18

**ECUADOR Y VENEZUELA NO CUMPLEN CON LAS CATEGORÍAS DE
UN MODELO LIBERAL**

VARIABLES	ECUADOR	VENEZUELA
Tiradas Medias	No cumple	No cumple
Prensa comercial neutral	No cumple	No cumple
Periodismo orientado hacia la información	No cumple	No cumple
Pluralismo Interno	No cumple	No cumple
Sistema público autónomo	No cumple	No cumple
Alto nivel de profesionalización	No cumple	No cumple
Autorregulación no institucionalizada	No cumple	No cumple

Fuente: Elaboración del autor.

Basta observar la Tabla 18 para entender que en Ecuador y Venezuela no existe una formación profesional marcada, ejemplo de ello es que en Ecuador la Ley de Comunicación de 2013 estableció por vez primera la obligatoriedad de la profesionalización para ejercer como periodista. Por otro lado, la autorregulación de los medios de comunicación –aunque ha sido una consigna de los dueños de estas empresas al momento de debatir las normativas que regulan el sector- no es posible, ya que los casos de estudio han experimentado en los últimos años procesos políticos enfocados en el control mediático a través de las leyes que no permiten la regulación propia del mercado sino que se regulan mediante una intervención del Estado. Estas características, sitúan al Ecuador y a Venezuela con una fuerte regulación legal en relación a los medios de comunicación y la profesión.

Los cambios señalados han sido necesarios a fin de frenar el monopolio de los medios de comunicación y las malas prácticas profesionales que durante años han sido parte del ejercicio periodístico, resultando éstas herramientas de acoso para el mismo sector, cuando estos son opositores a la línea de gobierno.

El aparataje regulador de los medios de comunicación se da en respuesta a una ineficiencia del mercado para controlarlos, lo cual les ha permitido desarrollar una lógica clientelar, pero también una necesidad por volver a los principios éticos de una profesión que ha sido distorsionada. Y aunque algunos de los cambios abordados tienen como finalidad acercarse a una prensa comercial neutral con un modelo pluralista, lo cierto es que su transición hacia un modelo contextualizado en escenarios populistas ha hecho que:

- Los medios de comunicación se ven deslegitimados en la esfera pública afectando su credibilidad y por tanto su sintonía en radio y televisión, como



también su compra en el caso de la prensa escrita. A esto debe sumarse la crisis generalizada por la que atraviesa la prensa con la aparición de modelos comunicacionales digitales que constituyen un nuevo espacio para el fortalecimiento de una clase subalterna.

- No existe una historia mediática vinculada a los partidos políticos. Su propia lógica clientelar ha hecho que los medios de comunicación mantengan alianzas a conveniencia con los partidos o actores políticos, acorde a la coyuntura, manteniendo su postura empresarial y sus intereses comerciales.
- Se presenta una transición hacia la profesionalización de los periodistas pero insertos en una lógica polarizadora que viene dada por la postura de los medios de comunicación.
- El dominio del mercado comunicacional ya no está regido por la empresa privada sino por el Estado. Lo cual no ha propiciado un balance en el pluralismo externo sino nuevamente un desbalance enfocado en la construcción de medios públicos y gubernamentales.
- No existen medios comerciales ni públicos neutrales, lo cual ha generado un sistema comunicacional polarizado. Entiéndase, que esto no viene de la mano de partidos políticos como sería en el caso del Modelo Mediterráneo, sino debido a un momento concreto en la coyuntura política de Ecuador y Venezuela que se ve afectado por una transmisión vertical de la ideología gubernamental hacia los medios llamados “públicos”, y una postura política de la prensa privada que negocia con los liderazgos políticos opositores a estos gobierno.
- Los gobiernos de turno con el objetivo de romper los monopolios mediáticos y la concentración de la información en manos de la empresa privada ha golpeado las capacidades económicas de las familias y empresas de poder en el sector comunicacional.

En esa línea resulta, interesante observar una respuesta reguladora del sistema mediático de estos países, que se aleja de una visión liberal que promulga el control propio del mercado. Quizá sea una utopía el pensar que un modelo como ese puede funcionar desde la neutralidad de la información y la regulación estricta y ética con fines sociales, cuando los propios ejemplos de este modelo, como son Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá e Irlanda nos muestran un sistema mediático que depende de los intereses económicos de las empresas, con posturas políticas sólidas en muchos casos.

En esa utopía, no puede existir un modelo mediático mixto que corresponda al modelo liberal y pluralista polarizado, pero sí a un modelo que contempla las características de un sistema clientelar, en la medida en que obedece a los intereses políticos subyugados a los intereses económicos de una industria mediática que busca acumular poder. Pero que, en contraste, tiene un sistema político que prioriza la acción reguladora y de planificación estatal, que propone la nacionalización de los servicios radioeléctricos.

En esa medida, es fundamental el considerar que el trabajo de Hallin y Mancini ha sido un gran aporte para establecer categorías del análisis mediático comparado e intentar trasladarlo al modelo latinoamericano, pero evidencia las diferencias estructurales de Europa y América Latina, lo cual hace que a pesar de las similitudes, no exista un acoplamiento total de los sistemas mediáticos de Ecuador y Venezuela en la propuesta de sus categorías.



6.2. OTRAS APROXIMACIONES AL MODELO MEDIÁTICO LATINOAMERICANO

Los académicos Manuel Alejandro Guerrero y Mireya Márquez Ramírez en su libro titulado *Media Systems and Communication Policies in Latin America* establecen un primer acercamiento a la categorización de los sistemas de medios de comunicación, bajo el nombre de: “modelo liberal capturado”. El trabajo de Guerrero y Márquez toma como países de estudio a: México, Guatemala, El Salvador, Colombia, Venezuela, Brasil, Argentina, Chile, Perú y Bolivia.

“...las políticas de medios y comunicación tienen menos que ver con tendencias de funcionamiento globales que con las agendas de los actores que se definen a partir de intereses específicos y circunstanciales vinculados siempre a lo que sucede en el país. Un hilo conductor es, por tanto, que la falta de efectividad en la aplicación de las normas, el ejercicio pragmático del poder, la configuración de alianzas de conveniencia y la complicidad entre las clases mediáticas y las políticas explican en conjunto el tipo de desarrollo y la concentración mediática en la región.

El panorama de medios en América Latina se define en cambio por intereses políticos y económicos de grupos concretos que, ya sea desde la política o desde el sector privado, tratan de “capturar” tanto el periodismo como las políticas de comunicación. Las lealtades de los intereses corporativos varían dependiendo de los actores políticos de turno”³³¹.

Guerrero y Ramírez señalan que existen dos tendencias en la región. La primera por un fuerte poder corporativo y la segunda por una alta presencia del Estado. Esto marcará las limitaciones en cuanto a regulación de los sistemas mediáticos. Identifican al igual que este estudio un auge mediático en el periodo neoliberal, que permitió el desarrollo de las empresas mediáticas y su fortalecimiento,

³³¹ GUERRERO, M., RAMÍREZ, M., “El modelo liberal capturado de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina”, en *Temas de Comunicación*, 2014, n° 29, p. 146.



como el caso de Argentina con el Grupo Clarín, Grupo Cisneros en Venezuela, Televisa en México y Globo en Brasil. Esto gracias a una falta de regulación antimonopolio y una negociación con el poder político con miras a la protección de los intereses económicos de las grandes familias y grupos de poder. Cuando éstas empiezan a verse afectadas, los medios de comunicación toman una tendencia antagónica con los gobiernos de turno de corte más izquierdista. Es precisamente este hecho, por el cual los medios tendrían una tendencia más conservadora y liberal en su línea editorial ya que, las élites mediáticas se concebirían como “parte y no-contraparte- del *stablishment*”³³², siendo éstas cómplices del poder político más conservador.

Para los autores, el modelo liberal capturado en América Latina está regido por la presión de medios privados que han impedido la consolidación de mercados plurales con una nula regulación y por tanto con un limitado rol de los medios como vigilantes. Para ellos, esto ha mantenido los niveles clientelares en el sistema mediático, en defensa de intereses extra periodísticos³³³. No obstante, el estudio entiende al sistema mediático desde lo que se ha denominado en esta investigación como modelo mixto, que refleja las características hipercomercial y clientelar en su estructura, ya que aún no presenta en ella un cambio en las relaciones de poder dentro del sistema.

Si bien se podría, concebir su forma clientelar desde la intencionalidad por manejar una hegemonía comunicacional, ésta no debe entenderse sólo desde una perspectiva empresarial, como lo entienden Guerrero y Márquez, sino también desde un sentido ideológico.

³³² *Ibid.*, p. 142.

³³³ *Ibid.*, p. 145.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

“El panorama de los medios en América Latina se define en cambio por intereses políticos y económicos de grupos concretos que, ya sea desde la política o desde el sector privado, tratan de capturar tanto el periodismo como las políticas de comunicación. Las lealtades de los intereses corporativos varían dependiendo de los actores políticos de turno”³³⁴

Esta satanización de que solo los intereses empresariales cuentan en la consolidación de un sistema mediático, es lo que evita el observar el desarrollo de los aparatajes comunicacionales estatales que ponen en evidencia la disputa por la hegemonía comunicacional y de información, que como se explicó con anterioridad, responde a una batalla por la construcción de los sentidos, de una visión única de la vida política y social.

Entender el sistema mediático de los países de estudio en esta tesis desde el ‘modelo capturado’ es anular los últimos cambios de la vida mediática en los países de estudio, invisibilizando las particularidades históricas, estructurales y funcionales de los mismos, así como el desbalance comunicacional que requirió la intervención del Estado en un contexto político que replantea la vuelta del Estado como rector.

Mientras que si hablamos de un constante déficit de mercados plurales, lo cierto es que, el auge de medios gubernamentales, públicos, y comunitarios ha cambiado el escenario de un monopolio mediático privado, aun cuando su desarrollo todavía deba profundizarse en el ejercicio propio de sus funciones.

Por otro lado, los autores hablan de una supuesta “incapacidad regulatoria”, una característica que ha sido rebatida con una fuerte presencia del Estado hacia la regulación, no sólo con la consolidación de nuevas leyes de comunicación, telecomunicaciones y la formación de organismos de control, sino además con una creación de medios paraestatales que logran equilibrar en cierta medida la balanza mediática.

³³⁴ *Ibid.*, p. 146.



“Para entender la naturaleza de los medios liberales-capturados en América Latina: son liberales en tanto que están técnicamente diseñados bajo el modelo de financiamiento privado y regido por el mercado, pero capturados porque, a diferencia del ideario liberal no están regidos por el interés público, sino que están supeditados a intereses políticos, económicos o gubernamentales en distintos grados. Nuestro argumento es que la captura se da predominantemente en dos frentes, 1) en la regulación y 2) en la función informativa de los medios. Y ocurre debido a dos condiciones: a la continuidad del clientelismo como forma de organización social, y al débil estado de derecho que garantice en cumplimiento de marcos legales”³³⁵.

Bajo los propios argumentos de los autores del modelo liberal capturado, las páginas desarrolladas en esta investigación sobre las particularidades en cada uno de los sistemas mediáticos de Ecuador y Venezuela, impiden encasillar a estos casos de estudio bajo este modelo, debido a las siguientes razones:

- Si bien los medios de comunicación privados se desenvuelven bajo la lógica liberal regida por el mercado, no se puede entender todo un sistema mediático como liberal cuando la estructura de propiedad mediática ha cambiado significativamente debido a la injerencia agresiva y progresiva del Estado. En esa medida, la lectura sobre el mercado mediático no puede estar sesgada a la presencia del sector privado y al entendimiento de un modelo político que en la actualidad para Ecuador y Venezuela se presenta como iliberal, ya que se plantea una suerte de regulación desde el Estado al mercado.
- La diversidad de modelos mediáticos en su relación directa con los sistemas políticos de estos países dificulta la posibilidad de establecer el mismo modelo para todos los países, considerando además que estos presentan realidades políticas, estructurales e históricas distintas.

³³⁵ *Ibid.*, p. 150.

- El concepto de captura no es aplicable a todos los mecanismos de poder, aunque en este caso se concibe como una relación de dependencia de las empresas mediáticas al interés particular que se ejerce en la función informativa para denotar su forma clientelar. No obstante, anula la posibilidad de contestación de la agencia y la construcción de un contrapoder desde la agencia, y el rol fundamental de ésta en la dinámica comunicacional y de formación de poder.
- Para los autores, la captura evita que exista un marco legal fuerte de regulación, lo cual no es real, ya que en los últimos años la estructura de los sistemas ha variado gracias a una nueva normativa que rige no solo el control del espectro radioeléctrico sino también del ejercicio del periodismo, así como de los derechos de las audiencias y obligaciones de las empresas de comunicación. Estas características reiteran un sistema iliberal en el cual el Estado intenta determinar al mercado.

6.3. LA TRANSICIÓN DE UN SISTEMA MEDIÁTICO MIXTO (HIPERCOMERCIAL – CLIENTELAR) A UNO ILIBERAL

Los medios de comunicación en los países de Venezuela y Ecuador se han convertido en simples maquinarias al servicio de los caudillos carismáticos, en el caso de los medios de comunicación estatales, y los privados en meras herramientas políticas para defender sus posiciones de poder. En esa medida la lógica hipercomercial de los medios de comunicación, manejada por el capital, deviene en una suerte clientelar en el ejercicio periodístico de las empresas enfocadas a esta rama.

“Pero mientras la producción de bienes esté organizada como producción de valores de cambio y la fuerza de trabajo de los propios productores se intercambie como una mercancía, rige un mecanismo distinto de coordinación de la acción: las orientaciones de acción económicamente relevantes se desligan de los contextos del mundo de la vida y quedan conectadas al medio valor de cambio (o dinero). A medida que las interacciones van quedando coordinadas, no a través de normas y valores, sino a través del medio valor de cambio, los actores no tienen más remedio que adoptar los unos frente a los otros (y frente a sí mismos) una actitud objetivamente”³³⁶.

El valor de un bien cultural como son los medios de comunicación se sustrae al poder, permitiendo que su valor de uso se convierta en valor de cambio, adoptando “falazmente la función de valor de uso”. No obstante, para Habermas, éste dependerá del entendimiento lingüístico que sirven a una participación y permanencia de las lógicas que gobiernan el sistema mediático³³⁷.

Pero es precisamente el uso del lenguaje lo que ha permitido mantener una postura clientelar en un escenario de polarización política en términos amigo-enemigo, sin que haya una vía para la negociación. En el caso de Venezuela, con el dominio del Estado con canales como Venezolana de televisión, Telesur, VIVE TV, ANTV y TVES. Mientras que en el Ecuador de: Gamavisión, Tc televisión, Ecuador tv; con un alto sesgo ideológico al servicio de los intereses del Gobierno de turno.

Después de observar la historia y la estructura mediática de Ecuador y Venezuela y cómo éstos modelos se han conformado, es evidente que el monopolio del sistema durante años sirvió para promover una lógica político-clientelar de las empresas comunicacionales, sobre todo en épocas electorales. Hoy por hoy, la pluralidad de medios está atravesada por una lógica dicotómica de posturas casi

³³⁶ HABERMAS, J., *Teoría de la acción comunicativa I, Racionalidad de la acción y racionalización social*, Bogotá, Humanidades, 2001, p. 456.

³³⁷ *Ibid.*, p. 472.



extremas, lo cual profundiza el discurso antagónico en campañas de comunicación más persuasivas, que devienen de estudios de marketing político.

Actualmente, la participación en el mercado es desequilibrada, lo cual afecta también a la hegemonía noticiosa o informativa de un bando en particular. Esto convierte al perceptor de los medios de comunicación en sujetos políticos capaces de clasificarse entre simpatizantes u opositores. Además de contribuir de forma significativa y la percepción real de la coyuntura. Esto, sin anular la posibilidad de contestación de la ciudadanía que se hace efectiva en las dinámicas de comunicación cotidianas.

“La comercialización contribuye a un cambio en el equilibrio de fuerzas entre los medios de comunicación y las instituciones políticas, y, como resultado, los medios de comunicación empiezan a ocupar una posición central en la organización de la agenda de comunicación política. Una manifestación importante de esta tendencia es la frecuencia, cada vez mayor, de los escándalos políticos, que se aprecia en toda Europa y Norteamérica. En el caso de Grecia [...] los medios de comunicación han empezado a luchar con los políticos por el control de la agenda política y han comenzado a hacerse notar en el proceso de comunicación política con un constante torrente de críticas hacia los políticos y las acciones de los partidos. [...] El desarrollo de los medios de comunicación comerciales puede haber precipitado esta tendencia y creado una situación en la cual, hoy en día, los ciudadanos griegos pueden seguir un sinfín de historias sobre escándalos políticos, rivalidades e intereses privados”³³⁸.

El ejercicio clientelar de los medios de comunicación no solo se traduce en un incremento de denuncias, sino además en importantes implicaciones para el proceso de comunicación política. Los medios de comunicación se constituyen en poderosos actores políticos insertos en escenarios de reconfiguración mediática, acentuados por el populismo.

³³⁸ HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas...*, pp. 252.



6.3.1. Sistema Mediático Ecuatoriano

Los medios de comunicación en Ecuador fueron parte de la guerra psicológica que emplearon las dictaduras para contener al comunismo y el surgimiento de las guerrillas. En sus inicios, como estructuras familiares provenientes de grupos económicos sin una alianza partidista, lo que hacían los medios era defender sus intereses a fin de que sus propiedades no sean parte de una posible reforma agraria. El monopolio mediático truncó la posibilidad de que exista un auge de los medios públicos y su presión siempre estuvo enfocada a evitar que la norma legal regule la propiedad mediática. Su crecimiento se produce de la mano del paradigma modernizador, lo que lleva a las familias a consolidar una estructura con los grupos financieros. De esta forma la época neoliberal que priorizó la privatización de servicios fue el aliado perfecto en el desarrollo de estos grupos. El tamaño de la economía nacional frente a de otros países hacía poco atractivo la inversión de capitales extranjeros y el desarrollo de grupos mediáticos internacionales, además de la acentuada inestabilidad política.

Con los años, los grupos familiares se van transformando conforme la reconfiguración del capital se acrecienta en el país, por lo que la apertura del mercado, no solo en Ecuador sino en toda Latinoamérica, hace que el país cuente con capitales extranjeros y la creación de redes mediáticas internacionales que se expanden en una lógica empresarial. Por esto las empresas mediáticas del mexicano Ángel Remigio González se convierten en el segundo monopolio después del Gobierno.

En 2011, después del decreto que impedía a los grupos financieros tener inversiones en los medios de comunicación, se amplió la oportunidad de que otros



capitales tomen el relevo y consoliden una nueva estructura, cada vez más apartada de un vínculo directo de los partidos políticos, sin que implique un declive de su postura política como actores en la defensa de sus intereses comerciales y empresariales. Es esta la lógica de un sistema clientelar y comercial que transita en estos últimos años hacia un modelo mediático iliberal, que está absorto en la intervención estatal, con una normativa que intenta regular al mercado, y que se rige por una estructura privada y una público/gubernamental que se maneja dentro del campo ideológico clientelar desde cada una de sus posturas. Un sistema que tiene como marco general una normativa jurídico legal que actúa de forma clientelar sobre el derecho a la réplica, el secreto profesional, la regulación de información, la concentración de la propiedad, el uso informativo en campaña electoral, etc.

Hoy, la existencia de 25 medios gubernamentales de carácter nacional, constituye ese gran aparato comunicacional de un gobierno populista que marca la vuelta del Estado.

6.3.2. Sistema Mediático Venezolano

El sistema mediático venezolano estuvo ligado en 1953 a 1958 a una doctrina nacionalista, bajo una dictadura desarrollista. Después de este periodo, el sistema político queda regido por el pacto del Punto Fijismo, que pone en escena la alternancia de los grupos políticos Acción Democrática, COPEI, URD. Esto no marca una estructura mediática ligada a los partidos, sino que marca ya en los años 70 y 80 una expansión de los medios, merced a una creciente burguesía que permitirá además la llegada de capitales extranjeros, los cuales a diferencia de Ecuador, marcan una historia mediática temprana, bajo la influencia de grupos internacionales, y que a su



vez permite la expansión fuera de sus fronteras de ciertos actores, como el grupo Phelps, uno de los que regirá el monopolio mediático del país junto al grupo Cisneros. De esta forma las familias que tenían en su poder medios de comunicación pudieron convertirse en grandes corporaciones multimedia. Se describe entonces un sistema abstraído en el ámbito empresarial, bajo la lógica comercial, que no depende de un clientelismo político, porque su sistema como tal está pactado.

No obstante, con la llegada de Hugo Chávez al poder en 1999, el sistema mediático toma un giro importante, en el cual la lógica del mercado deja de ser prioritaria, para convertirse en un sistema más dependiente del Estado. La profundización de este cambio se da en 2002, a raíz del intento de golpe de estado, con lo cual el aparataje comunicacional toma un vuelco significativo. Otro hito relevante en esta batalla que sostiene el gobierno de corte populista con los medios es la revocatoria de la concesión de RCTV, que tenía 55 años de existencia.

La regulación del mercado y la política económica afectaron el sistema mediático de Venezuela, haciendo que la falta de importación de papel o la legislación vigente cierre emisoras y periódicos. La intervención del Estado acrecentó el número de medios gubernamentales que heredaría en 2013 Nicolás Maduro, con un sistema robustecido comunicacionalmente.

La construcción de una hegemonía comunicacional desde el Estado es más acentuada que en Ecuador, con lo cual la transición hacia un sistema mediático iliberal es aún más pronunciada, ya que prevalece el monopolio mediático gubernamental sobre el privado.



6.4. CONCLUSIONES

- La incipiente construcción de un sistema de comunicación público en Ecuador y Venezuela fortaleció el rol de un sector privado comunicacional, que durante muchos años, en una negociación con los gobiernos más conservadores estos presionaron para que las regulaciones en este sector no afecten a sus intereses. En consecuencia, su desarrollo estuvo avalado por una falta de leyes antimonopolio, lo que les permitió jugar bajo una autorregulación del mercado, cumpliendo desde sus inicios una función clientelar.
- La entrada en escena de gobiernos populistas de corte izquierdista en la región, principalmente en Ecuador y Venezuela, da un vuelco significativo en la construcción mediática de estos países con una alta intervención estatal y una amplia formación de medios gubernamentales. En un intento por regular al mercado, este nuevo sistema que se conforma, responde a una crisis del discurso dominante, que intenta reposicionarse en una batalla claramente ideológica, que tiene como base los intereses particulares de los diferentes grupos, sean estos económicos o políticos.
- Con la llegada de Hugo Chávez al poder así como de Rafael Correa, los sistemas mediáticos pasan de ser hipercomercialista y liberales a ser iliberales ya que en una suerte de paralelismo con el sistema político, sus normas legales y prácticas clientelares marcan un nuevo modelo mediático que ya no está marcado por una presencia empresarial comunicacional privada sino que ahora es contrarrestada por una “pública”.



Báez Avilés, G. I.



CONCLUSIONES

Considerando como base para las conclusiones la pregunta de investigación: ¿Cómo se establecen las relaciones de poder y contrapoder en los sistemas mediáticos de Ecuador y Venezuela?, se ha intentado realizar un estudio que parte del paralelismo entre el sistema político y el sistema mediático. Para lo cual, debido a la falta de estudios que cataloguen al sistema mediático ecuatoriano, se partió desde el análisis propio de este país y, por tanto, pormenorizado también del venezolano; a fin de entender su funcionamiento y su relación con la política.

En esa medida, la presente tesis analiza la posición privilegiada de los liderazgos populistas y los medios de comunicación en el campo de lo simbólico, como actores fundamentales en la lucha por la hegemonía, y como detentadores del poder y contrapoder en los Gobiernos de Ecuador y Venezuela en la historia más reciente.

El campo político se ve constituido por dos actores que gracias al capital económico, político y simbólico acumulado, tienen la capacidad para luchar en función del control hegemónico de la información y por tanto de la esfera pública.

Esta investigación parte de una reflexión crítica del papel de los medios de comunicación, aproximándose a su proceso evolutivo, que parte desde estructuras familiares en cuanto a la propiedad de los medios, y crece hacia un sistema fuerte, gracias a la crisis de partidos políticos y su transición de un sistema mixto, que es

hipercomercial y clientelar, a uno iliberal, el cual es visto en función de un paralelismo político con el populismo.

Desde la teoría crítica, los sistemas mediáticos y su relación con el sistema político esconden una serie de tensiones que devienen no solo de la ideología y procesos de dominio y reproducción de sus condiciones sociales, sino que además ponen en evidencia un ejercicio del periodismo que deviene en redes clientelares, tanto a nivel empresarial como individual.

Las relaciones de dominio y de poder se entretejen en una serie de construcciones discursivas que buscan la alienación de las clases dominadas, pero que olvidan una característica clave dentro del campo político: la resistencia de las audiencias o lo que Gramsci llamar la clase subalterna. Esto evidencia el poder de una población que no está sometida por completo a las formas de producción capitalista, que esclavizan a las clases populares con un discurso que solo refleja los intereses de una minoría y su deseo de mantener el *statu quo*.

América Latina ha vivido diversos momentos políticos que han llevado al sistema mediático a adaptarse a ellos, mostrando su desarrollo desde la época liberal, con un sistema regido por el Estado burgués, y acentuado en el periodo neoliberal por el crecimiento mediático, bajo el consentimiento de la empresa privada y el control neto del mercado. Mientras que en la historia más reciente de Ecuador, con el gobierno de Rafael Correa, y de Venezuela con Hugo Chávez y Nicolás Maduro, el sistema mediático se convierte en iliberal, con un retorno del Estado, pero sin una institucionalidad definida, sino desde una posición clientelar con medios gubernamentales en auge.

Es el populismo el que da un giro importante en la conformación de los sistemas mediáticos en Ecuador y Venezuela, con cambios en la política



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

comunicacional, atravesada por una nueva normativa que si bien establece en ambos casos de estudios cambios de carácter democratizador, también establece medidas que afectan a la libertad de expresión.

El desarrollo de un sistema mediático regido por una fuerte presencia de medios gubernamentales, y que inicialmente estaba presidido por la empresa privada, demuestra un cambio en las relaciones de poder de los medios frente a los gobiernos de turno, que emplean los medios de comunicación como herramientas transmisoras de ideología o de discurso, a fin de romper con la hegemonía discursiva de la élites que manejaban el sistema. En consecuencia, se establece un escenario con audiencias polarizadas, que buscan establecer una hegemonía discursiva a través de una ideología dominante.

La legitimación del discurso es lo que dota de poder a estos actores políticos, que permiten mantener los equilibrios de poder y contrapoder entre el Gobierno y los medios de comunicación, respectivamente.

El discurso y las tácticas clientelares son fundamentales para entender los procesos por la legitimación en una guerra de posiciones que busca el ejercicio del poder hegemónico sobre la población.

De esta forma, se entiende que los sistemas mediáticos funcionan en una serie de esferas que superan la de la dominación ideológica para constituirse desde el capital simbólico de los mismos y su injerencia en campos como el político, el económico, el cultural, etc.

En el campo político, los medios de comunicación son productores constantes de simulacros, que se construyen en la reapropiación de elementos culturales que permitan la identificación y la resignificación. Con ello, el poder busca crear hábitos que aseguren la normalización de la opresión.



Es desde la resistencia cuando se puede establecer una crítica al sistema mediático y su funcionamiento, entendiendo una mutua dependencia que explica la correlación de fuerzas, alianzas y oposiciones a conveniencia. Por lo que los medios de producción de la información toman características de la cultura subalterna para hacer más eficaces sus discursos en la carrera por la hegemonía.

En consecuencia, se entiende el contrapoder no solo desde los medios de comunicación frente al gobierno, sino también desde los sujetos políticos frente a los medios de comunicación que establecen equilibrios en la estructura comunicacional.

La historia, estructura y desarrollo comunicacional de cada uno de los casos de estudio en esta tesis han evidenciado cómo la crisis del discurso dominante, que es forjada bajo una crisis de gobernabilidad y de legitimidad de los partidos, da paso a un sistema mediático que reformula las relaciones de poder y contrapoder en el campo.

La hegemonía comunicacional, que durante años fue celosamente cuidada por el monopolio empresarial comunicacional, junto con los gobiernos de corte más conservador, sufrió un cambio importante en estos últimos años, marcando un cambio en la balanza con la formación de medios públicos y/o gubernamentales que afectaron al discurso y su construcción en la esfera pública.

El contrapoder puede entenderse también desde la injerencia del Estado en la ruptura de una hegemonía comunicacional marcada por la empresa privada, y que ahora toma forma bajo un contexto político que intenta a través de la norma legal establecer sistemas mediáticos más plurales y con más regulación sobre el mercado.

Un contrapoder que se ve construido no solo desde las demandas de la agencia sino también desde el rol fundamental de los medios como intermediarios entre el Estado y el ciudadano.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

La batalla por el poder hegemónico de los actores en el campo, ha reformulado el sistema mediático en un modelo iliberal, que tiene como base su figura ideológico-clientelar en el desarrollo de su estructura informativa, la formación de la propiedad y la construcción de un marco legal regulatorio.



Báez Avilés, G. I.



BIBLIOGRAFÍA

Libros

- AMPARO, M., *Democracias pendientes y representación política en América*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2004.
- BOURDIEU, P., *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama, 1997.
- BOURDIEU, P., *Poder, Derecho y clases sociales*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 2000.
- BOURDIEU, P., *Campo De Poder, Campo Intelectual*, Buenos Aires, Montessor, 2002.
- BRANDING-MARKETING-COMMUNICATIONS, *Tendencias Socio-políticas de la sociedad venezolana actual*, Caracas, 2014.
- BURBANO, R., (et al.), *Tendencias de la participación ciudadana en el Ecuador*, Quito, Senplades, 2011.
- BUSTAMANTE, F., “Cultura política y ciudadana en el Ecuador”, en BURBANO DE LARA, F. (comp.), *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Quito, 2003, p. 362.
- BURBANO DE LARA, F., *Correa, un año: de las promesas a la realidad*, Quito, Edimprés S.A., 2007.
- CALDERA, R., *Los Causahabientes. De Carabobo a Puntofijo*, Caracas, Panapo, 1999.



- CARRIÓN, A., *Informe de una clausura*, Quito, El Conejo, 1987.
- CENINVEST, Centro de Investigación Estadísticas, *Índice de confianza de las instituciones venezolanas. Estudio de cobertura nacional*, Caracas, 2002.
- CHÁVEZ, M., *Mapa de medios digitales del Ecuador 2012*, versión digital: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/ec> (consultado el 6-02- 2013).
- CHECA, F., *El medio mediado: Una mirada crítica al discurso mediático*, Quito, Ciespal, 2012.
- CÓRDOVA DE ALCÁZAR, G., *Anatomía de los golpes de Estado: la prensa en la caída de Mahuad y Bucaram*, Quito, Abya-Yala, 2003.
- CÓRDOVA, H., *Crisis de Gobernabilidad*, Quito, Ave Blanca, 2003.
- CONAGHAN, C., “Politicians Against Parties, Discord and Disconnection in Ecuador’s Party System”, en MAINWAIRING, S., SCULLY, T. (eds.), *Building Democratic Institutions. Party Systems in Latin America*, California, Stanford University Press, 1995, pp. 434-458.
- CÓRDOVA DE ALCÁZAR, G., *Anatomía de los golpes de Estado: la prensa en la caída de Mahuad y Bucaram*, Quito, Abya-Yala, 2003.
- CORREA, C., CALDERÓN, D., (coords.), *El peso de las palabras, Procesos judiciales y libertad de expresión en Venezuela 2002-2006*, Caracas, Espacio público, 2007.
- CORREA, C., CAÑIZALES, A., *Libertad de expresión en Venezuela. Una lectura desde el sistema interamericano de DD.HH.*, p. 12, versión digital: <http://www.iidh.ed.cr/comunidades/LibertadExpresion/Docs/Libertad%20expresion%20Venezuela,%20lectura%20desde%20sist%20inter%20de%20DH.pdf> (consultado el 02-02-2014).
- CÓRDOVA, H., *Crisis de Gobernabilidad*, Quito, Ave Blanca, 2003.
- CONAGHAN, C., “Politicians Against Parties, Discord and Disconnection in Ecuador’s Party System”, en MAINWAIRING, S., SCULLY, T. (eds.),

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- Building Democratic Institutions. Party Systems in Latin America*, California, Stanford University Press, 1995, pp. 434-458.
- CUEVA, A., *Las Democracias Restringidas de América Latina*, Quito, Planeta, 1988.
- DE LA TORRE, C., CONAGHAN, C., *Presidential Election: The Hybrid Campaign: Tradition and Modernity in Ecuador's 2006*, The International Journal of Press/Politics, 2009.
- DE LIMA, V., "Brazilian Television in the 1989 Presidential Campaign: Constructing a President", en SKIDMORE, T. (ed.), *Television, Politics and the Transition to Democracy in Latin America*, Washington and Baltimore, The Woodrow Wilson Center Press, y The Johns Hopkins University Press, 1993, p.101.
- DI TELLA, "Populism and reform in Latin America", en VELIZ, C. (comp.), *Obstacles to change in Latin America*, Londres, Oxford University Press, 1965, pp. 47-74.
- DÍAZ, E., *La prensa venezolana en el siglo XX* en *Diccionario de Historia de Venezuela*, Caracas, Fundación Polar, 1997.
- ECHEVERRÍA, J., *El desafío constitucional*, Quito, Abya-Yala, 2006.
- ECHEVERRÍA, J., *La Democracia Bloqueada: Teoría y crisis del sistema político ecuatoriano*, Quito, Letras, 1997.
- ECHEVERRÍA, J., "Plenos poderes y democracia en el proceso constituyente del Ecuador", en Echeverría, J., MONTÚFAR, C. (ed.), *Plenos poderes y transformación constitucional*, Quito, Abya-Yala, 2008, pp.15-16.
- FOUCAULT, *El orden del discurso*, Barcelona, Fabula Tusquets, 2005.
- FREIDENBERG, F., *Jama, caleta y camello*, Quito, Corporación Editora Nacional, 2003.
- GERMANI, G., *Política y Sociedad en una Época de Transición*, Buenos Aires, Paidós, 1968.



- GRAMSCI, A., *Notas sobre Maquiavelo, la política y el Estado moderno*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1997.
- GRAMSCI, A., “Cuaderno 6, n°81”, en GRAMSCI, A., *Cuadernos de la Cárcel*, México D.F., Era, 1984.
- GRAMSCI, A., “Cuaderno 10, n°9”, en GRAMSCI, A., *Cuadernos de la Cárcel*, México D.F., Era, 1984.
- GRAMSCI, A., “Cuaderno 12, n°1”, en GRAMSCI, A., *Cuadernos de la Cárcel*, México D.F., Era, 1984.
- GRAMSCI, A., “Cuaderno 12, n°1”, en GRAMSCI, A., *Cuadernos de la Cárcel*, México D.F., Era, 1984.
- GRAMSCI, A., “Cuaderno 7, n°83”, en GRAMSCI, A., *Cuadernos de la Cárcel*, México D.F., Era, 1984.
- GRAMSCI, A., “Cuaderno 13, n°18”, en GRAMSCI, A., *Cuadernos de la Cárcel*, México D.F., Era, 1984.
- GRAMSCI, A., “Cuaderno 6, n°81”, en GRAMSCI, A., *Cuadernos de la Cárcel*, México D.F., Era, 1984.
- GRAMSCI, A., “Cuaderno 12, n°1”, en GRAMSCI, A., *Cuadernos de la Cárcel*, México D.F., Era, 1984.
- HABERMAS, J., *Teoría de la acción comunicativa II, Crítica de la razón funcionalista*, Madrid, Taurus Humanidades, 1987.
- HABERMAS, J., *Facticidad y Validez*, Madrid, Trotta, 1998.
- HERRERA, M., “El problema de la hegemonía y las crisis”, en GARCÍA, J. (ed.), *Antonio Gramsci y la crisis de hegemonía*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2013, p. 138.
- HABERMAS, J., *Teoría de la acción comunicativa I, Racionalidad de la acción y racionalización social*, Bogotá, Humanidades, 2001.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- HALLIN, D., MANCINI, P., *Sistemas mediáticos comparados*, Barcelona, Hacer, 2008.
- HAWKINS, K., “La organización populista. Los Círculos Bolivarianos en Venezuela”, en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, pp. 128 – 129.
- HAWKINS, K., “Los Círculos Bolivarianos en Venezuela”, en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El Retorno del Pueblo Populismo y Nuevas Democracias en América Latina*, Quito, 2008, p.133.
- HERRERA, M., “El problema de la hegemonía y las crisis”, en GARCÍA, J. (ed.), *Antonio Gramsci y la crisis de hegemonía*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2013, p. 120.
- JORDÁN, R. y PANCHANA, A., “Los medios de comunicación en Ecuador” en ALBARRAN, A. (ed.), *The handbook of Spanish language media*, New York, Routledge, 2009, pp. 103-124.
- LACLAU, E., “Populism: What’s in a name?”, en PANIZZA, F. (ed.), *Populism and the Mirror of Democracy*, Londres, Verso, 2005, pp. 32- 49.
- LACLAU, E., *Política e Ideología en la Teoría Marxista*, México, Siglo XXI, 1978, pp. 182-189.
- LIPSET, S., *Actores Sociales y Conflictos, La ruta de la Gobernabilidad*, Quito, Cordes, 1999.
- LUCIEN, O., *Cerco Rojo a la libertad de expresión*, Caracas, La hoja del Norte, 2011.
- MANIN, B., *Los principios del gobierno representativo*, Barcelona, Alianza Editorial, 2010.
- MAINWARING, S., SCULLY, T., *Sistemas de Partidos en América Latina*, Santiago de Chile, Cieplan, 1997.



- MARTIN-BARBERO, J., “Reconfiguraciones de lo público y nuevas ciudadanías”, en GOZALEZ, J. (ed.), *Ciudadanía y Cultura*, Bogotá, Tercer mundo, 2007, p. 16.
- MARTÍN-BARBERO, J., *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Anthropos, 2010.
- MASTRINI, G., BECERRA, M., *Periodistas y Magnates: Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2006.
- MASTRINI, G., BECERRA, M., “Periodistas y Magnates: Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina”, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2006.
- MacBride, S., *Un Solo Mundo, Voces Múltiples*, Paris, UNESCO-FCE, 1980.
- McQUAIL, D., *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, México, Paidós, 1992, (*passim*).
- MAINWARING, S., SCULLY, T., *Sistemas de Partidos en América Latina*, Santiago de Chile, Cieplan, 1997.
- MAINWARING, S., SOBERG, S., *Presidencialismo y democracia en América Latina*, Buenos Aires, Paidós, 2002.
- MCDONALD, R., RUHL, M., *Party Politics and Elections in Latin America*, Boulder, Westview, 1989.
- MEJÍA, A., “Partidos políticos: el eslabón perdido de la representación”, en BURBANO, F. (comp.), *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Quito, Flacso, 2003, pp. 287-326.
- MOLINA, J., *El sistema de partidos venezolano: De la partidocracia al personalismo y la inestabilidad. La des-institucionalización y sus consecuencias*, Washington DC, Conferencia Latin American Studies

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- Association, 2001. <http://lasa.international.pitt.edu/lasa2001/molinajose.pdf>
(consultado el 10-12-2014).
- MUÑOZ, A., ROSPIR, J., *Democracia mediática y campañas electorales*, Barcelona, Ariel, 1999.
- NERONE, J., *Violence Against the Press*, Oxford, University Press, 1994.
- OQUEDO, D., *Una piedra en el zapato. Visión analítica del ejercicio periodístico y sus desencuentros con el poder*, Quito, Abya Yala, 2008.
- OMAR, R., *Comunicación política en América Latina*, Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, 2004.
- PARSON, T., "On the concept of influence", en Id., *Sociological Theory and Modern Society*, New York, Free Press and London, 1967, pp. 355-382.
- PONCE, J., *Un perfil del analfabetismo en el Ecuador*, Quito, Secretaría técnica del frente social, 2003.
- PACHANO, S., "Democracia, orden y conflicto: Ecuador 1979-1994", en BURBANO DE LARA, F. (comp.), *Democracia, gobernabilidad y cultura política*, Quito, 2003, pp. 118-120.
- PACHANO, S., "Partidos y representación en la Región Andina", en KORNBLITH, M., (et al.), *Partidos políticos en la Región Andina: entre la crisis y el cambio*, Estocolmo, International IDEA, 2004, p. 83.
- PANIZZA, F., "Fisuras entre populismo y democracia en América Latina" en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, p. 80.
- PERUZZOTTI, E., "Populismo y representación democrática", en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, p. 110.
- QUEVEDO, A., *De Foucault a Derrida*, Navarra, Eunsa, 2001.



- REYES, H., “Pos-neoliberalismo y luchas por la hegemonía en Ecuador: los entrecruces entre la política y la comunicación”, en SEL, S. (coord.), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*, Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), 2010.
- REYES, H., “1997-2005: el estallido de la democracia mediática”, en SEL, S. (coord.), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo América Latina y sus encrucijadas*, Buenos Aires, CLACSO, 2010.
- RICAURTE, C., (ed.), *La palabra rota: Seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano*, Quito, Fundamedios, 2010.
- ROBERTS, K., “El resurgimiento del populismo latinoamericano” en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, p. 57.
- ROBERTS, K., “El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina”, en MACKINNON, PETRONE, *Populismo y Neopopulismo en América Latina*, Buenos Aires, Eudeba, 1998, p. 381.
- SARTORI, G., *Hommo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Santillana, 2012.
- SCHMITT, 1988, p. 29 citado en PERUZZOTTI, E., “Populismo y representación democrática”, en DE LA TORRE, C., PERUZZOTTI, E. (ed.), *El retorno del pueblo. El populismo y nuevas democracias en América Latina*, Quito, Flacso, 2008, p. 99.
- SWANSON, D., “Trasnational trends in political communication: Conventional views and new realities”, en ESSER, F., PFETSH, B., *Comparing political communication: theories, cases, and challenges*, Cambridge, University Press, 2004, p. 46.
- SWANSON, D., “El campo de comunicación política. La democracia centrada en los medios”, en MUÑOZ, A., ROSPIR, J. (dir.), *Comunicación política*, Madrid, Universitas, 1995, p. 13-14.



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- TRINIDAD, G., “La TDT en Iberoamérica: antecedentes, situación y perspectivas”, en SIERRA, F., DEL VALLE, C., MORENO, F., (coords.), *Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana*, Barcelona, Gedisa, 2012, p. 51.
- VERA, C., *Nunca Mordaza: Gobiernos-TV-Empresarios*, Quito, Paradiso, 2009.
- WAISBORD, S., *Watchdog Journalism in South America*, New York, Columbia University Press, 2000.
- WAISBORD, S., *¿Qué pos-liberalismo? Liberalismo, populismo y comunicación pública*, Buenos Aires, Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC), 2014.
- WAISBORD, S., “Secular Politics: The Modernization of Argentine Electioneering”, en SWANSON, D., MANCINI, P. (ed.), *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, Westport, Praeger, 1996, pp. 223-224.
- WAISBORD, S., *Watchdog Journalism in South America*, New York, Columbia University Press, 2000, p. 4.
- WEBER, M., *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económico, 1944.
- WEBER, M., *El político y el científico*, Madrid, Alianza Editorial, 2005.

Revistas académicas

- ALERTA VENEZUELA, “La censura continuada de las cadenas obligatorias”, en *Alerta Venezuela*, 2012, versión digital: <http://transparencia.org.ve/wp-content/uploads/2012/10/Alerta-Electoral-3-Espanol.pdf> (consultado el 12-01-2014).
- ANDERSSON, T. “Referéndum constitucional: Información equilibrada en tres de siete canales de televisión”, en *Comunicación*, 2008, n° 141, pp. 46-55.



- ANDERSSON, T. “Referéndum constitucional: Información equilibrada en tres de siete canales de televisión”, en *Comunicación*, 2008, n° 141, pp. 46-55.
- AYALA MARÍN, A., “Percepción de los medios públicos”, en *Mediaciones-Ciespal*, 2009, versión digital: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/221-percepcion-de-los-medios-publicos.html>, (consultado 2-09-2012).
- BECERRA, M., “La inmaculada concepción de los medios latinoamericanos en crisis”, en *Herramienta*, 2011, n° 47, versión digital, <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/la-inmaculada-concepcion-de-los-medios-latinoamericanos-en-crisis> (consultado el 02-01-2012).
- BERTRAND, C-J., “Grandes modelos de sistemas informativos del mundo”, en *Revista Situación*, 1995, n°4, pp. 9-25.
- BISBAL, M., “Venezuela y su crisis: el contexto ineludible de los media”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, p. 59.
- BLUMLER, J., KAVANAGH, D., “The third age of Political Communication: Influences and features”, en *Political Communication*, 1999, n° 16, pp. 210-211.
- CANCLINI, G., *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990.
- CANDÓN, J., “Ciudadanía en la Red: poder y contrapoder en los medios de comunicación”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2012, n° 18, pp. 682.
- CAÑIZÁLEZ, A. “Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada, en *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, p.15.

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- CAÑIZÁLEZ, A., “Venezuela 1999-2009 Retrocesos para la gobernabilidad democrática y la libertad de prensa” en *Comunicación* 2011, n° 156, p. 90.
- CASTELLS, M., “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política”, en *Telos*, 2008, n° 74, versión digital: <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp?idarticulo=1&rev=74.htm> (consultado: 20-11-2015).
- COSAR GRUPO COMUNICACIONAL, *Demoscopio Venezuela, 1997* con una muestra de 2500 personas (BISBAL, M., “Venezuela y su crisis: el contexto ineludible de los media”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, pp. 52-63).
- DADER, J., “Retórica mediática frente a cultura política autóctona: la encrucijada de la comunicación política electoral española ante la «americanización» y el pluralismo democrático tradicional”, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, 1999, n° 4, p. 74.
- DE MIGUEL, J., POZAS, V., “¿Polarización ideológica o económica? Relaciones entre los medios y el poder político y corporativo”, en *Vientosur*, n° 103, 2009, p. 43.
- EMA, J., “Del sujeto a la agencia (a través de lo político)”, en *Athenea Digital*, 2004, n° 5.
- FUENZALIDA, RINCÓN, 2001, en MASTRINI, G., “Medios públicos y derecho a la comunicación”, en *Revista Herramienta*, 2011, n° 47, versión digital: <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/medios-publicos-y-derecho-la-comunicacion> (consultado el 9-10-2012).
- GARCÍA, C., “Gramsci con Bourdieu, hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular”, en *Nueva Sociedad*, 1984, n° 71, p. 72.
- GUERRERO, M., RAMÍREZ, M., “El modelo liberal capturado de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina”, en *Temas de Comunicación*, 2014, n° 29, p. 149.



- HALLIN, D., PAPATHANASSOPOULOS, S., “Political clientelism and the media: southern Europe and latin America in comparative perspective”, en *Media, Culture & Society*, 2002, n° 22, p.183.
- HALLIN, D., MANCINI, P., “Un estudio comparado de los medios en América Latina”, en *Tendencias*, 2007, n° 7, pp. 91-134.
- HERNÁNDEZ, G., “Televisión venezolana en enero de 2011”, en *Comunicación*, 2001, n° 153, pp. 105-110.
- INFORME CONFIDENCIAL, *Medios públicos y privados en la percepción ciudadana*, Quito, Ciespal, 2011, versión digital: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/571-medios-publicos-y-privados-en-la-percepcion-ciudadana-una-encuesta-de-informe-confidencial.html> (consultado el 12-02-2013).
- INTRIAGO, M., “Tendencias de las entrevistas televisivas sobre la Ley de Comunicación 2009”, en *Mediaciones-Ciespal*, 2009, versión digital: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/222-tendencias-de-las-entrevistas-televisivas-sobre-la-ley-de-comunicacion.html> (consultado el 12-10-2012).
- JURADO, R., *El proceso de elaboración de la Ley de Comunicación en Ecuador*, CIESPAL - Mediaciones para el análisis y la lectura crítica de los medios, Ecuador, 2011.
- MASTRINI, G., “Medios públicos y derecho a la comunicación”, en *Revista Herramienta*, 2011, n° 47, versión digital: <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/medios-publicos-y-derecho-la-comunicacion> (consultado el 9-10-2012).
- MASTRINI, G., Becerra, M., “Estructura y dimensión de las industrias infocomunicacionales en América Latina”, en *Palabra Clave*, 2005, n° 12, p. 27).

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

- MASTRINI, G., “Medios públicos y derecho a la comunicación”, en *Revista Herramienta*, 2011, n° 47, versión digital: <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/medios-publicos-y-derecho-la-comunicacion> (consultado el 9-10-2012).
- MARTÍN-BARBERO, J., “Las políticas de comunicación a la reimaginación de la política”, en *Nueva Sociedad*, 2012, n° 175, pp. 70-84.
- MOLEIRO, A., “Traigan de vuelta a los periodistas (y al periodismo)”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, pp. 10-13.
- MOLINA, H., “Acerca de la ley resorte y medios electrónicos”, en *Comunicación*, 2011, n° 153, pp. 85-89.
- MORALES, E., MÉNDEZ, A., “Democracia, comunicación y ciudadanía: un estudio de opinión pública”, en *Cuestiones Políticas*, 2001, n° 27.
- OÑATE, P., “Participación política, partidos y nuevos movimientos sociales”, en *Ciencias Políticas y Sociales*, 2006, n° 194, pp.103-136.
- PELLEGRINO, F. “Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación”, en *SIC*, 2004, n° 30, p. 6.
- PELLEGRINO, F., “Breve historia económica de los medios venezolanos”, en *Comunicación*, 2004, n° 127, p. 8.
- PORTO, M., “Telenovelas, política e identidad nacional en Brazil”, en *Ecuador Debate*, n° 49, 2000, p. 205.
- PROVEA, “Informe 2006-2007: derecho a la libertad de expresión e información en Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación”, en *Comunicación*, 2008, n°141, pp. 64-69.
- SAGARZAZU, I., “Nación vs. región: las tensiones del sistema de partidos venezolano postcolapso”, en *América Latina*, 2011, n° 58, pp. 121-142.



ZANATA, L., “El populismo, entre religión y política. Sobre las raíces históricas del antiliberalismo”, en *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 2008, Vol. 19, n°2, p. 35.

Fuentes oficiales

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, *Sistematización Ley de Comunicación en el Ecuador*, Quito, ALER, 2011, p. 11.

Agencia alemana Dpa Wenn, 2009.

Cadena nacional del Gobierno del Ecuador: contestación al periodista Jorge Ortiz (*Ataque mediático del Gobierno en contra del periodista Ortiz*, 2009, <http://www.youtube.com/watch?v=rpD-yQt0dLA>, consultado el 7-01-2012).

Cadena nacional del gobierno del Ecuador en respuesta al comentario del periodista Carlos Vera (*Cobachas de Carlos Vera y el Gobierno del Ecuador*, 2008, http://www.youtube.com/watch?v=XqO_HfypogU, consultado el 15-01-2012).

CONATEL, Providencia Administrativa N° 407, 26-03-2004.

Consejo Nacional Electoral, República Bolivariana De Venezuela, http://www.cne.gob.ve/web/estadisticas/index_resultados_elecciones_anteriores.php (consultado el 02-02- 2015).

Ley Orgánica de Telecomunicaciones de Venezuela, Art. 209.

Ley de Responsabilidad Social en radio, televisión y Medios electrónicos, Venezuela.

Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador.

Senplades, 9RC Vive la Patria, Senplades, 2016, p. 66.

Secretaría Nacional de Comunicación del Ecuador.



Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador

Reglamento General a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones del Ecuador

Informes

CORDICOM, Registro Público de Medios, 2015,

<http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-presenta-el-registro-publico-de-medios-rpm/> (consultado, 10-12-2015).

DE FREITAS, M., CORREA, C., “Venezuela”, en *Informe sobre: Control Estatal de los Medios de Comunicación*, Alianza Regional, 2015, p. 72.

FREEDOM HOUSE, “Freedom in the World 2015”, 2015, <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2015#.VjOmditTZSU> (consultado el 30-10-2015).

FUNDAMEDIOS, “Presidente amenaza a periodista de diario Hoy”, en *Fundamedios*, 2013, <http://www.fundamedios.org/monitoreo-de-libertades/alertas/presidente-amenaza-periodista-de-diario-hoy>, (consultado el 4-10-2013).

FUNDAMEDIOS, “Presidente denuncia a tuitero por instigación”, en *Fundamedios*, 2013, <http://fundamedios.org/monitoreo-de-libertades/alertas/presidente-denuncia-tuitero-por-instigacion>, (consultado el 12-10-2013).

FUNDAMEDIOS, *Con un récord negativo de 377 agresiones, 2015 cierra como el peor año para la libertad de expresión en el Ecuador*, 2015, <http://www.fundamedios.org/con-un-record-negativo-de-368-agresiones-2015-cierra-como-el-peor-ano-para-la-libertad-de-expresion-en-el-ecuador/> (consultado el 02-02-2016)



- HUMAN RIGHT WATCH, *Una Década de Chávez, Intolerancia política y oportunidades perdidas para el progreso de los derechos humanos en Venezuela*, Nueva York, Human Right Watch, 2008, p. 39.
- INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD DE VENEZUELA (IPYS VENEZUELA), *Estudio Censura y Autocensura 2015: Periodismo en arenas movedizas*, <http://ipysvenezuela.org/especiales/estudio-censura-y-autocensura-2015-periodismo-en-arenas-movedizas/> (Consultado: 27-01-2016).
- LATINOBARÓMETRO, *Informe 2011*, Santiago de Chile, Corporación Latinobarómetro, 2011, p. 42.
- LATINOBARÓMETRO, *Informe 2010*, Santiago de Chile, Corporación Latinobarómetro, 2011, p. 34.
- RICAURTE, C., “Ecuador”, en *Artículo XIII, Informe sobre control estatal de los medios de comunicación*, 2015, p. 29. <http://www.alianzaregional.net/miembros/> (consultado 25-01-2016).
- RODAS, M., *Cifras*, Fundación Ethos, 2013.
- REPORTEROS SIN FRONTERAS, “Clasificación mundial de la libertad de prensa 2015”, en Reporteros Sin Fronteras, 2015, <http://index.rsfs.org/#!/index-details>, (consultado el 30-10- 2015).

Ponencias

- TAMAYO, E., “Democracia, neoliberalismo y comunicación”, en ALAI, en Movimiento. Ponencia presentada en el II Encuentro “Caminos de Integración”, realizado en La Paz, el 14 de febrero de 1993. <http://alainet.org/active/22336> (consultado el 30-02-2012).



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

Periódicos

El Carabobeño, 02-05-2004.

La Calle, 27-01-01.

El Comercio, 20-07-2014

El Expreso, 14-09-2014

El Nuevo Herald, 09-11-14.

El Nacional, 29/30-10-2000.

El Nacional, 24-02-2002.

El Universal, 15-04- 2002.

El Universal, 02-03-2009.

La Razón, 12-12-1999.

El Telégrafo, 27-10-2014

El Universo, 03-05-2013.

El Universo, 25-08-14

El Universo, 25-08-14

El Universo, 3-09-2014.

El Universal, 27-10-2013.

Noticiero Digital, 7-01-2012, <http://www.noticierodigital.com/2012/01/berrizbeitia-mas-de-100-millones-de-bolivares-se-han-despilfarrado-en-375-programas-de-alo-presidente/> (consultado 14-03-2016).



Videos

Enlace Ciudadano No. 282, <https://www.youtube.com/watch?v=JPuMmL3M5uQ/> (consultado el 5-10-2015).

Cadena nacional del Gobierno Nacional: contestación al periodista Jorge Ortiz, *Ataque mediático del Gobierno en contra del periodista Ortiz*, 2009, <http://www.youtube.com/watch?v=rpD-yQt0dLA>, (consultado el 7-01-2012).

Cadena nacional del gobierno en respuesta al comentario del periodista Carlos Vera, *Cobachas de Carlos Vera y el Gobierno del Ecuador*, 2008, http://www.youtube.com/watch?v=XqO_HfypogU, (consultado el 15-01- 2012).



*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

ANEXOS



Báez Avilés, G. I.



ANEXO 1: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRES MODELOS DE SISTEMAS DE MEDIOS

TABLA 4.1 LOS TRES MODELOS: CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN³³⁹

	Modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado	Modelo del Norte de Europeo o Democrático Corporativista	Modelo del Atlántico Norte o Liberal
	Francia, Grecia, Italia, Portugal y España	Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Países Bajos, Noruega, Suecia y Suiza	Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá e Irlanda
La Industria de la prensa	Tiradas pequeñas; prensa de elite orientada políticamente	Tiradas grandes; aparición temprana de una prensa de masas.	Tiradas medianas; aparición temprana de la prensa comercial de masas.
Paralelismo Político	Alto nivel de paralelismo político; pluralismo externo, prensa orientada hacia el comentario; modelo parlamentario o gubernamental de control de la radiotelevisión; sistemas de la política por encima de la radiotelevisión.	Pluralismo externo especialmente en la prensa nacional; históricamente una fuerte prensa partidista importante; cambio hacia una prensa comercial neutral; sistema de “la política dentro de la radiotelevisión” como una considerable autonomía.	Prensa comercial neutral; periodismo orientado hacia a la información; pluralismo interno (pluralismo externo en Gran Bretaña); modelo profesional de control de la radiodifusión: sistema formalmente autónomo.
Profesionalización	Profesionalización menor; instrumentalización	Alto nivel de profesionalización; autorregulación institucionalizada	Alto nivel de profesionalización; autorregulación no institucionalizada
Papel del Estado en los Medios de Comunicación	Fuerte intervención estatal; prensa subvencionada en Francia e Italia; periodos de censura "desregulación no-controlada" (excepto en Francia)	Fuerte intervención estatal pero con protección a la libertad de prensa; prensa subvencionada, especialmente en Escandinavia; fuerte radiotelevisión como servicio público.	Dominio del mercado (excepto radiotelevisión pública fuerte en Gran Bretaña e Irlanda)

Fuente: HALLIN, Daniel y MANCINI, Paolo; *Sistemas mediáticos comparados*, Editorial Hacer, Barcelona, 2008, p. 62.



ANEXO 2: LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE CARÁCTER NACIONAL EN EL ECUADOR 2015

Listado de Medios Nacionales Radio								
N ^a	Ruc	Matriz/Razón Social/Nombre Comercial	Tipo	Clasificación	Número Repetidoras	Cobertura	Domicilio declarado por el medio/dedefensor de Audiencias	
							Provincia	Cantón
Medios de Comunicación Audiovisuales (Radio) Que en forma individual cumplen con los parámetros establecidos en el Art. 6 de la LOC de Medios Nacionales								
1	0991296425001	TROPICALIDA STEREO/ANDIVISIÓN S.A. /RADIO TROPICALIDA - REDTV ECUADOR	Privado	FM	3	49,80%	Guayas	Guayaquil
2	1391747039001	MÁS CANDELA /RADIODIFUSORA MASCANDELA S.A. / RADIODIFURA MAS CANDELA S.A /	Privado	FM	7	61,41%	Manabí	Portoviejo
3	0991357335001	METRO STEREO / RADIODIFUSORA KASHMIR DEL ECUADOR S.A. / RADIO METRO	Privado	FM	2	42,98%	Guayas	Guayaquil
4	0991357327001	JOYA STEREO / RADIODIFUSORA TRAFALGAR DEL ECUADOR S.A. / RADIO JOYA	Privado	FM	3	49,80%	Guayas	Guayaquil
5	0990039399001	C.R.E SATELITAL / COMPAÑÍA DE RADIO Y TELEVISIÓN CORTEL S.A	Privado	AM	5	69,14%	Guayas	Guayaquil
6	0992770457001	WQ DOS / CORPRADIOQ S.A / CORPRADIOQ S.A	Privado	FM	6	43,50%	Guayas	Guayaquil
7	17924958	J.C. RADIO /JCBRUJA BACKLIKE	Privado	FM	13	54,26%	Pichincha	Quito

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

	06001	S.A/ JC BRUJA						
8	17904480 29001	PLATINUM FM / ECUADORADIO S.A. / ECUADORADIO S.A.	Privado	FM	4	49,42%	Pichincha	Quito
9	17917030 65001	FRANCISCO STEREO / GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓ N DE LOS BIENES DE LA ORDEN FRANCISCANA / FRANCISCO STEREO	Privado	FM	1	38,82%	Pichincha	Quito
10	17901015 33001	ARMÓNICA FM STEREO / RADIO COLÓN C.A/ ARMONICA	Privado	FM	10	57,76%	Pichincha	Quito
11	17900912 79001	VISIÓN FM / RADIO VISION DE QUITO S.A. / RADIO VISION DE QUITO S.A	Privado	FM	1	38,82%	Pichincha	Quito
12	09913573 00001	ALFA STEREO / RADIODIFUSOR A AYAX DEL ECUADOR S.A. / RADIO ALFA	Privado	FM	3	49,80%	Guayas	Guayaquil
13	17917524 22001	ONDA CERO FM / RADIODIFUS ORA ONDA CERO S.A.	Privado	FM	3	44,55%	Guayas	Guayaquil
14	09913461 55001	LA OTRA FM / ROCK Y POP F.M. YAVA S.A. / LA OTRA FM	Privado	FM	8	40,30%	Guayas	Guayaquil
15	18900436 70001	SONORAMA FM / SONORAMA S.A / SONORAMA S.A.	Privado	FM	16	75,64%	Pichincha	Quito
16	09912964 33001	GALAXIA STEREO /TELEVISIÓN INDEPENDIENTE INDETEL S.A. /RADIO GALAXIA - RED TV ECUADOR	Privado	FM	3	49,80%	Guayas	Guayaquil
17	17924598 77001	STEREO ZARACAY / RADIO ZARACAY FMZARACAY C.A. / RADIO ZARACAY C.A	Privado	FM	3	34,49%	Santo Domingo de los Tsachilas	Santo Domingo
18	09907288	RADIO SUCRE / ECUAPRIMICIA S PUBLICIDAD S.A. / RADIO	Privado	AM	0	30,70%	Guayas	Guayaquil



	28001	SUCRE						
19	09928413 54001	HUANCAVILCA / K&CH SONOPRODUCCIONES S.A.	Privado	AM	0	30,70%	Guayas	Guayaquil
20	09912723 48001	RADIO SANTIAGO / MERIT CORP S.A. ASESORIA Y PRODUCCIONES / MERIT CORP S.A. ASESORIA Y PRODUCCIONES	Privado	AM	0	45,00%	Guayas	Guayaquil
21	09901045 30001	ÁGUILA / RADIO PPROGRAMAS DEL ECUADOR S.A (R.P.E.) / RADIO “AGUILAS 1050 AM”	Privado	AM	0	36,29%	Guayas	Guayaquil
22	09903816 66001	UNO / RADIODIFUSORES ASOCIADOS CIA. LTDA. SABARC	Privado	AM	0	30,70%	Guayas	Guayaquil
23	09900268 15001	REVOLUCIÓN / RADIO LA PRENSA TV S.A / RADIO LA PRENSA T.V. S.A.	Privado	AM	0	30,14%	Guayas	Guayaquil
24	17600001 50001	RADIO DE LA ASAMBLEA NACIONAL / ASAMBLEA NACIONAL	Público	FM	24	76,00%	Pichincha	Quito
25	17681526 40001	RADIO PÚBLICA / EMPRESA PUBLICA TELEVISIÓN Y RADIO DE ECUADOR E. P. RTVECUADOR	Público	FM	65	77,00%	Pichincha	Quito
26	17901024 24001	HCJB LA VOZ Y VENTANA DE LOS ANDES / THE WORLD RADIO MISSIONARY FELLOWSHIP INC. HCJB / HCJB LA VOZ DE LOS ANDES	Público	FM	3	31,14%	Pichincha	Quito
27	17905419 32001	CATÓLICA NACIONAL FM / FUNDACIÓN ECUATORIANA JUAN PABLO II/ RADIO	Público	FM	8	43,17%	Pichincha	Quito

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

		CATOLICA NACIONAL						
28	0990713189001	CARAVANA AM / RADIO CARAVANA S.A / RADIO CARAVANA; RADIO DIBLU; CARAVANA TV.	Privado	AM	10	54,31%	Guayas	Guayaquil
29	0990326045001	CARROUSEL/ ORGANIZACIÓN RADIAL C.A /RADIO CARROUSEL	Privado	AM	0	30,34%	Guayas	Guayaquil
30	0991001808001	SAN FRANCISCO / CONSEJO GUBERNATIVO DE BIENES DE LA ARQUIDIOCESIS DE GUAYAQUIL / ARQUIDIOCESIS DE GUAYAQUIL	Privado	AM	0	30,34%	Guayas	Guayaquil
31	1791345843001	MARÍA / FUNDACIÓN RADIO MARÍA / FUNDACION RADIO MARIA	Público	FM	13	37,45%	Guayas	Guayaquil
32	1768061330001	RADIO VIGÍA FM / MINISTERIO DEL INTERIOR COMANDANCIA GENERAL DEL LA POLICIA NACIONAL	Público	FM	10	59,10%	Pichincha	Quito
33	1768173640001	RADIO CIUDADANA / SECRETARÍA NACIONAL DE COMUNICACIÓN	Público	AM	0	64,19%	Guayas	Guayaquil

Televisión

N ^a	Ruc	Matriz/Razón Social/Nombre Comercial	Tipo	Clasificación	Número Repetidores	Cobertura	Domicilio declarado por el medio/ sede defensor de audiencias	
							Provincia	Cantón

Medios de Comunicación Audiovisuales (Televisión) Que en forma individual cumplen con los parámetros establecidos en el Art. 6 de la LOC de Medios Nacionales



34	099003261000 1	CADENA ECUATORIANA DE TELEVISION/ CADE NA ECUATORIANA DE TELEVISION C.A. CANAL 10 CETV / TC TELEVISION	Privado	Televisión abierta VHF	34	75,51%	Guayas	Guayaquil
35	179027203600 1	TELEVISIÓN DEL PACÍFICO / COMPAÑIA TELEVISIÓN DEL PACÍFICO TELEDOS S.A./ GAMATV	Privado	Televisión abierta VHF	50	81,42%	Pichincha	Quito
36	019013730900 1	TELERAMA /TELEVISIÓN ECUATORIANA TELERAMA S.A. / TELERAMA	Privado	Televisión abierta VHF	14	59,92%	Guayas	Guayaquil
37	179078992600 1	ASOMAVISIÓN / ASOCIACION DE MINISTERIOS ANDINOS ASOMA / ASOMA	Privado	Televisión abierta VHF	2	38,99%	Pichincha	Quito
38	139172648100 1	OROMAR /SISTEMA S GLOBALES DE COMUNICACION HCGLOBAL S.A. / HCGLOBAL S.A.	Privado	Televisión abierta VHF	19	33,77%	Manabi	Montecristi
39	099125960000 1	TEVEMAS / PERONE S.A./ TEVEMAS	Privado	Televisión abierta VHF	1	34,21%	Guayas	Guayaquil
40	176000015000 1	TV LEGISLATIVA / ASAMBLEA NACIONAL	Público	Televisión abierta UHF	23	73,01%	Pichincha	Quito

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

41	0990149054001	UCSG TELEVISIÓN / UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	Público	Televisión abierta UHF	25	56,63%	Guayas	Guayaquil
42	1792497205001	CANELA TV / TELEVISIÓN COSTERA COSTEVE S.A / CANELA TV	Privado	Televisión abierta VHF	1	34,21%	Guayas	Guayaquil
43	0992318503001	TROPICAL TV / ECUASERVIPRODU S.A.	Privado	Televisión abierta UHF	16	35,03%	Guayas	Guayaquil
44	1768152640001	ECUADOR TV / EMPRESA PUBLICA TELEVISIÓN Y RADIO DE ECUADOR / RTV ECUADOR	Público	Televisión abierta VHF	98	82,85%	Pichincha	Quito
45	0991271961001	CANAL INTIMAS / AMERICA VISIÓN S.A.	Privado	Televisión abierta UHF	8	57,51%	Guayas	Guayaquil
46	0992178914001	CANAL UNO / RELAD S.A. / CANAL 1	Privado	Televisión abierta VHF	15	67,87%	Guayas	Guayaquil
47	1791245490001	TELEATAHUALPA - RTU / RADIO HIT S.A. / RTU	Privado	Televisión abierta UHF	20	34,89%	Guayas	Guayaquil
48	1768173640001	EL CIUDADANO TV / SECRETARÍA NACIONAL DE COMUNICACIÓN	Público	Televisión abierta UHF	46	83,00%	Pichincha	Quito



N°	Ruc	Matriz/Razón Social/Nombre Comercial	Tipo	Clasificación	Número Repetidores	Cobertura	Domicilio delarado por el medio/ Sede defensor de audiencias	
							Provincia	Cantón
Medios de Comunicación Audiovisuales (Televisión) que cumplen con el parámetro de medios nacionales por redes permanentes de acuerdo a la Resolución RTV-529-18-CONATEL-2014								
49	1791260376001	TELEAMAZONAS / CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A. / TELEAMAZONAS	Privado	Televisión abierta VHF	29	77,79%	Pichincha	Quito
	1790843831001	TELEAMAZONAS GUAYAQUIL / TELEAMAZONAS GUAYAQUIL S.A. / TELEAMAZONAS	Privado	Televisión abierta VHF	0			
50	1790615510001	TELESISTEMA / ORGANIZACIÓN ECUATORIANA DE TELEVISIÓN ORTEL S.A. / ORTEL S.A.	Privado	Televisión abierta VHF	1	76,44%	Pichincha	Quito
	0990325693001	RED TELESISTEMA RTS /TELECUATRO GUAYAQUIL C.A / RTS TV - RED TELESISTEMA TELEVISION	Privado	Televisión abierta VHF	26		Guayas	Guayaquil
51	0990126135001	CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TELEVISIÓN / CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TELEVISIÓN S.A. / ECUAVISA	Privado	Televisión abierta VHF	9	70,70%	Guayas	Guayaquil
	1790036243001	TELEVISORA NACIONAL / TELEVISORA NACIONAL COMPANIA ANONIMA TELENACIONAL C.A. / ECUAVISA	Privado	Televisión abierta VHF	9			

*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

PERIÓDICOS

Listado de Medios de Comunicación Social de Carácter Nacional Impresos de Carácter Nacional Impresos de Carácter Nacional								
N°	Ruc	Razón Social Nombre Comercial	Tipo	Producto	Cobertura	Domicilio declarado por el medio / Sede defensor de audiencias		
						Provincia	Cantón	
Medios de Comunicación Impresos que cumplen con los parámetros establecidos en el Art. 6 de la LOC de Medios Nacionales								
52	1791166582001	EDICENTRAL S.A. / DIARIO LA HORA SANTODOMINGO	Privado	DIARIO LA HORA SANTO DOMINGO	42,60%	Pichincha	Quito	
	1890139724001	EDIEPOCA S.A. EDITORES DE PRENSA ORGANIZADOS CRONICAS DE AMBATO / DIARIO LA HORA COTOPAX	Privado	DIARIO LA HORA COTOPAXI				
		EDIEPOCA S.A. EDITORES DE PRENSA ORGANIZADOS CRÓNICAS DE AMBATO / DIARIO LA HORA TUNGURAHUA A	Privado	DIARIO LA HORA TUNGURAHUA				
	0890044719001	EDITORES ESMERALDENOS-EDIESA S.A. / DIARIO LA HORA ESMERALDAS	Privado	DIARIO LA HORA ESMERALDAS				
	1190082152001	EDITORIAL LA HORA DE LOJA EDIHORA CIA LTDA / DIARIO LA HORA LOJA	Privado	DIARIO LA HORA LOJA				
		EDITORIAL LA HORA DE LOJA EDIHORA CIA LTDA / DIARIO LA HORA ZAMORA	Privado	DIARIO LA HORA ZAMORA				



	17905482870 01	EDITORIAL MINOTAURO S.A. / DIARIO LA HORA IBARRA	Privado	DIARIO LA HORA IBARRA			
		EDITORIAL MINOTAURO S.A. / DIARIO LA HORA QUITO	Privado	DIARIO LA HORA QUITO			
	12917425360 01	INFOLITORAL S.A / DIARIO LA HORA LOS RIOS	Privado	DIARIO LA HORA LOS RIOS			
53	09686038200 01	EL TELEGRAFO EP	Público	PP EL VERDADE RO	65,52%	Guayas	Guayaquil
		EL TELEGRAFO EP	Público	EL TELEGRAFO	64,92%		
54	09900196570 01	COMPAÑÍA ANÓNIMA EL UNIVERSO / DIARIO EL UNIVERSO	Privado	SÚPER	96,02%	Guayas	Guayaquil
			Privado	EL UNIVERSO	96,02%		
55	09900228870 01	GRAFICOS NACIONALES S.A. GRANASA	Privado	EXPRESO	85,71%	Guayas	Guayaquil
			Privado	EXTRA	95,73%		
56	17900088510 01	GRUPO EL COMERCIO C.A / GRUPO EL COMERCIO	Privado	EL COMERCIO	99,78%	Pichincha	Quito
57	17910947350 01	SISTEMAS GUIA S.A. GUIASA / METROHOY	Privado	METROCUENCA	35,00%	Pichincha	Quito
			Privado	METROHOY			
	09924627790 01	PUBLICACIONES QUIL S.A. PUB- QUILSA / METROQUIL	Privado	METROQUIL			

ANEXO 3: ARTÍCULOS CRÍTICOS DE LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN
<p>Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.</p>
<p>Art. 26.- Linchamiento mediático.- Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa o a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública. La Superintendencia de la Información y comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas administrativas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La disculpa pública de la o las personas que produjeron y difundieron tal información. 2. Publicar la disculpa establecida en el numeral anterior en el medio o medios de comunicación, en días distintos, en el mismo espacio, programas, secciones, tantas veces como fue publicada la información lesiva al prestigio o la credibilidad de las personas afectadas. <p>Estas medidas administrativas se aplicarán sin perjuicio de que los autores de la infracción respondan por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.</p>
<p>Art. 30.- Información de circulación restringida.- No podrá circular libremente, en especial a través de los medios de comunicación, la siguiente información:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aquella que esté protegida expresamente con una cláusula de reserva previamente establecida en la ley; 2. La información acerca de datos personales y la que provenga de las comunicaciones personales, cuya difusión no ha sido debidamente autorizada por su titular, por la ley o por juez competente; 3. La información producida por la Fiscalía en el marco de una indagación previa; y, 4. La información acerca de las niñas, niños y adolescentes que viole sus derechos según lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia. <p>La persona que realice la difusión de información establecida en los literales anteriores será sancionada administrativamente por la Superintendencia de Información y Comunicación con una multa de 10 a 20 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que responda judicialmente, de ser el caso, por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.</p>
<p>Art. 47.- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación es un cuerpo colegiado con personalidad jurídica, autonomía funcional, administrativa y financiera, cuyo presidente ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de esta entidad.</p>

Sus resoluciones son de obligatorio cumplimiento.
<p>Art. 48.- Integración.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación estará integrado de la siguiente manera:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Un representante de la Función Ejecutiva, quien lo presidirá.2. Un representante de los Consejos Nacionales de Igualdad.3. Un representante del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.4. Un representante de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.5. Un representante del Defensor del Pueblo.
<p>Art. 56.- Atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación.- Serán atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Fiscalizar, supervisar y ordenar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre los derechos de la comunicación;2. Atender, investigar y resolver las denuncias o reclamos formulados por las personas naturales o jurídicas, a través de sus representantes, en materia de derechos de la comunicación;3. Requerir a los ciudadanos, instituciones y actores relacionados a la comunicación, información sobre sí mismos que fuere necesaria para el cumplimiento de sus atribuciones;4. Aplicar las sanciones establecidas en el marco de esta Ley y de la regulación que emita la autoridad reguladora; y,5. Las demás establecidas en la ley.
<p>Art. 77.- Suspensión de la libertad de información.- La o el Presidente de la República, en uso de sus atribuciones constitucionales, puede disponer la suspensión del derecho a la libertad de información, para lo cual debe cumplir las siguientes condiciones:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Que el estado de excepción se haya declarado previamente;2. Que se verifique la aplicación de los principios, condiciones y alcances que debe satisfacer la declaratoria del estado de excepción, según el Art. 164 de la Constitución;3. Que se verifique el cumplimiento adecuado del procedimiento establecido en el Art. 166 de la Constitución para declarar el estado de excepción; y,4. Que se fundamente por escrito y desde los parámetros del Estado de Derecho la necesidad y la finalidad de disponer la suspensión del derecho a la libertad de información y la censura previa a los medios de comunicación, estableciendo los alcances de estas medidas y el plazo que van a durar. La declaratoria de estado de excepción solo puede suspender el derecho a la libertad de información y establecer la censura previa de los medios de comunicación, y no podrán establecerse restricciones de ningún tipo a los demás derechos de la comunicación establecidos en esta Ley y en la Constitución. <p>Los funcionarios estatales serán responsables administrativa, civil y penalmente por las afectaciones a los derechos de la comunicación que no se hallen expresamente autorizadas en virtud del estado de excepción.</p>

ANEXO 4: ARTÍCULOS DE LA CONSTITUCIÓN BOLIVARIANA DE VENEZUELA SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Constitucion de la Republica Bolivariana de Venezuela

Gaceta Oficial Extraordinaria N° 36.860 de fecha 30 de diciembre de 1.999

Artículo 57. Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura.

Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa.

Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades.

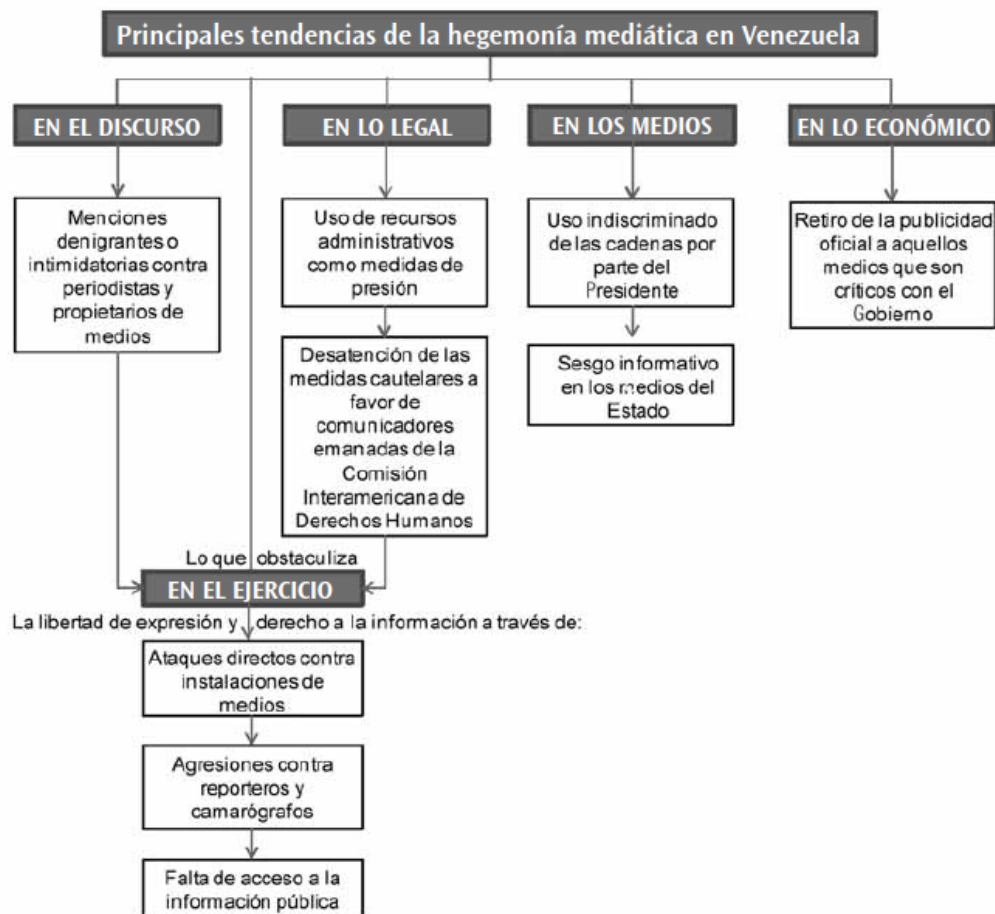
Artículo 58. La comunicación es libre y plural, y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como a la réplica y rectificación cuando se vea afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes.

Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral.



ANEXO 5: MAPA CONCEPTUAL DE LAS PRINCIPALES TENDENCIAS DE LA HEGEMONÍA MEDIÁTICA EN VENEZUELA

Figura 2. Mapa conceptual de las principales tendencias de la hegemonía mediática en Venezuela (elaboración propia)



Fuente: CAÑIZÁLEZ, Andrés, *Venezuela 1999-2009 Retrocesos para la gobernabilidad democrática y la libertad de prensa* en revista *Comunicación 156: Fracturas*, centro Gumilla, publicación del cuarto trimestre 2011, pág. 92.

ANEXO 6: ARTÍCULOS DEL CÓDIGO PENAL VENEZOLANO SOBRE LEYES DE DESACATO

ARTÍCULOS MODIFICADOS EN EL CODIGO PENAL DE VENEZUELA
CAPITULO II De los delitos contra los Poderes Nacionales y de los Estados
<p>Artículo 148.- El que ofendiere de palabra o por escrito, o de cualquier otra manera irrespetare al Presidente de la República o a quien esté haciendo sus veces, será castigado con prisión de seis a treinta meses, si la ofensa fuere grave y con la mitad de esta pena, si fuere leve.</p> <p>La pena se aumentará en una tercera parte si la ofensa se hubiere hecho públicamente.</p> <p>Parágrafo Único.- Si la ofensa fuere contra el Presidente de alguna de las Cámaras Legislativas o el Presidente del Tribunal Supremo de justicia, la pena será de cuatro meses a dos años, cuando la ofensa fuere grave y con la mitad de esta pena, cuando fuere leve.</p> <p>Artículo 149.- Cuando los hechos especificados en el artículo precedente, se efectuaren contra el Gobernador de alguno de los Estados, o contra los Ministros del Despacho, Vicepresidente Ejecutivo de la República, Alcalde Mayor del Distrito Metropolitano de Caracas, Magistrados del Tribunal Supremo de Justicia, los Presidentes de los consejos Legislativos de los Estados y los Jueces Superiores, o contra la persona que esté haciendo sus veces, la pena indicada en dicho artículo se reducirá a su mitad, y a su tercera parte si se trata de los Alcaldes de los Municipios.</p> <p>Artículo 150.- Cualquiera que vilipendiare públicamente a la Asamblea Nacional, al Tribunal Supremo de Justicia o al Gabinete o Consejo de Ministros, así como a alguno de los Consejos Legislativos de los Estados o algunos de los Tribunales Superiores, será castigado con prisión de quince días a diez meses.</p> <p>En la mitad de dicha pena incurrirán los que cometieren los hechos a que se refiere este artículo, con respecto a los Consejos Municipales.</p> <p>La pena se aumentará proporcionalmente en la mitad, si la ofensa se hubiere cometido halándose las expresadas Corporaciones en ejercicio de sus funciones oficiales.</p> <p>Artículo 151.- Corresponde a los Tribunales de Justicia determinar sobre la gravedad o lenidad de las ofensas a que se refieren los artículos 148, 149 y 150.</p> <p>Artículo 152.- El enjuiciamiento por los hechos de que hablan los artículos precedentes no se hace lugar sino mediante requerimiento de la persona o cuerpo</p>

ofendido, hecho por conducto del Representante del Ministerio Público, ante el Juez competente.

CAPITULO VIII

De los ultrajes y otros delitos contra las personas investidas de autoridad pública

Artículo 223.- El que de palabra u obra ofendiere de alguna manera el honor, la reputación o el decoro de un miembro de la Asamblea Nacional, o de algún funcionario público, será castigado del modo que sigue, si el hecho ha tenido lugar en su presencia y con motivo de sus funciones:

1.- Si la ofensa se ha dirigido contra algún agente de la fuerza pública, con prisión de uno a tres meses.

2.- Si la ofensa se ha dirigido contra un miembro de la Asamblea Nacional o algún funcionario

público, con prisión de un mes a un año, según la categoría de dichas personas.

Artículo 224.- Si el hecho previsto en el artículo precedente ha sido acompañado de violencia o amenaza, se castigará con prisión de tres a dieciocho meses.

Cualquiera que de algún otro modo y fuera de los casos previstos en el Capítulo anterior, haga uso de violencia o amenaza, contra un miembro de la Asamblea Nacional o algún funcionario público, si el hecho tiene lugar con motivo de las funciones del ofendido, será castigado con las mismas penas

Artículo 225.- Cuando alguno de los hechos previstos en los artículos precedentes se haya

cometido contra algún funcionario público, no por causa de sus funciones sino en el momento mismo de estar ejerciéndolas, se aplicarán las mismas penas reducidas de una tercera parte a la mitad.

Artículo 226.- El que de palabra o de obra ofendiere de alguna manera el honor, la reputación, decoro o dignidad de algún cuerpo judicial, político o administrativo, si el delito se ha cometido en el acto de hallarse constituido, o de algún magistrado en audiencia, será castigado con prisión de tres meses a dos años.

Si el culpable ha hecho uso de violencia o amenazas, la prisión será de seis meses a tres años.

El enjuiciamiento no se hará lugar sino mediante requerimiento del cuerpo ofendido.

Si el delito se ha cometido contra cuerpos no reunidos, el enjuiciamiento sólo se hará lugar mediante requerimiento de los miembros que los presiden.

Este requerimiento se dirigirá al Representante del Ministerio Público para que promueva lo conducente.

Artículo 227.- En los casos previstos en los artículos precedentes, no se admitirá al culpable prueba alguna sobre la verdad ni aun sobre la notoriedad de los hechos o de los defectos imputados a la parte ofendida.

CAPITULO VII

De la difamación y de la injuria

Artículo 444.- El que comunicándose con varias personas reunidas o separadas, hubiere imputado a algún individuo un hecho determinado capaz de exponerlo al desprecio o al odio público, u ofensivo a su honor o reputación, será castigado con prisión de tres a dieciocho meses.

Si el delito se cometiere en documento público o con escritos, dibujos divulgados o expuestos al público, o con otros medios de publicidad, la pena será de seis a treinta meses de prisión.

Artículo 445.- Al individuo culpado del delito de difamación no se le permitirá prueba de la verdad o notoriedad del hecho difamatorio, sino en los casos siguientes:

1.- Cuando la persona ofendida es algún funcionario público y siempre que el hecho que se le haya imputado se relacione con el ejercicio de su ministerio; salvo, sin embargo, las

disposiciones de los Artículos 223 y 227.

2.- Cuando por el hecho imputado se iniciare o hubiere juicio pendiente contra el difamado.

3.- Cuando el querellante solicite formalmente que en la sentencia se pronuncie también sobre la verdad o falsedad del hecho difamatorio.

Si la verdad del hecho se probare o si la persona difamada quedare, por causa de la difamación, condenada por el hecho el autor de la difamación estará exento de la pena salvo en el caso de que los medios empleados constituyesen por si mismos el delito previsto en el artículo que sigue.

Artículo 446.- Todo individuo que en comunicación con varias personas, juntas o separadas, hubiere ofendido de alguna manera el honor, la reputación o el decoro de alguna persona, será castigado con arresto de tres a ocho días, o multa de veinticinco a ciento cincuenta bolívares.

Si el hecho se ha cometido en presencia del ofendido, aunque esté solo, o por medio de algún escrito que se le hubiere dirigido o en lugar público, la pena podrá elevarse a treinta días de prisión o quinientos bolívares de multa, y si con la presencia del ofendido concurre la publicidad, la pena podrá elevarse hasta cuarenta y cinco días de prisión o a seiscientos bolívares de multa. Si el hecho se ha cometido haciendo uso de los medios indicados en el aparte del artículo 444, la pena de prisión será por tiempo de quince días a tres meses, o multa de ciento cincuenta a mil quinientos bolívares.

Artículo 447.- Cuando el delito previsto en el artículo precedente se haya cometido contra

alguna persona legítimamente encargada de algún servicio público, en su presencia y

por razón de dicho servicio, el culpable será castigado con arresto de quince a cuarenta y cinco días. Si hay publicidad la prisión podrá imponerse de uno a dos meses.

Artículo 450.- En caso de condenación por alguno de los delitos especificados en el presente Capítulo, el Juez declarará la confiscación y supresión de los impresos, dibujos y demás objetos que hayan servido para cometer el delito; y si se trata de escritos, respecto de los cuales no pudiere acordarse la supresión, dispondrá que al margen de ellos se haga referencia de la sentencia que se dicte relativamente al caso.

A petición del querellante, la sentencia condenatoria será publicada a costa del condenado, una o dos veces, en los diarios que indicará el Juez.

ANEXO 7: CLASIFICACIÓN DE PAÍSES SEGÚN ESTRUCTURA DE MERCADO

CLASIFICACIÓN DE PAÍSES SEGÚN ESTRUCTURA DE MERCADO

	Por tamaño de mercado	Por niveles de acceso
Industrias consolidadas	Brasil México	Argentina
Desarrollo potencial	Colombia Venezuela	Chile Uruguay
Escaso desarrollo	Perú	Bolivia Ecuador
Ecuador y Bolivia son ubicados en este cuadro por default, debido a que también sus niveles de acceso son bajos, pero a diferencia de Perú no cuentan con una estructura poblacional que estimule el desarrollo de las industrias culturales.		

Fuente: Mastrini, G., Becerra, M., “Estructura y dimensión de las industrias infocomunicacionales en América Latina”, en *Palabra Clave*, 2005, n° 12, p. 27.

Báez Avilés, G. I.



ÍNDICE DE TABLAS DE DATOS

Tabla 1 Evolución de resultados electorales en elecciones presidenciales de Venezuela....	84
Tabla 2 Los telepresidentes: redición de cuentas en Ecuador y Venezuela	93
Tabla 3 Comparativo: países del mediterráneo y América Latina	103
Tabla 4 Sistema mediático y sistemas políticos	121
Tabla 5 Cronología para la aprobación de la Ley de Comunicación	155
Tabla 6 Mapeo de los medios de comunicación privados en Ecuador	160
Tabla 7 Nexos de los medios de comunicación con los grupos financieros.....	162
Tabla 8 Análisis de tendencias en las entrevistas televisivas sobre la ley de comunicación	165
Tabla 9 25 medios de comunicación públicos en Ecuador	177
Tabla 10 Gasto en publicidad de la Secretaría Nacional de Comunicación del Ecuador...	180
Tabla 11 Evolución de la Ley de Comunicación ecuatoriana	183
Tabla 12 Las entidades que vigilan a los medios de comunicación	188
Tabla 13 Clasificación anual de la libertad de prensa en Ecuador	191
Tabla 14 Estructura de la propiedad sobre la prensa venezolana	207
Tabla 15 Estructura de propiedad de la televisión venezolana.....	210
Tabla 16 Programas excluidos.....	242
Tabla 17 Comparativo sobre los sistemas mediáticos de Ecuador y Venezuela	251
Tabla 18 Ecuador y Venezuela en el Modelo Liberal	253



Báez Avilés, G. I.



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Venezuela: Autocensura en el ejercicio periodístico	85
Gráfico 2 Temas de restricción en las empresas mediáticas	87
Gráfico 3 Absentismo electoral en Venezuela	88
Gráfico 4 Absentismo electoral en el Ecuador	244
Gráfico 5 Comparativo de popularidad en los gobiernos de Venezuela (Chávez y Maduro) y en Ecuador (Correa) desde sus respectivos orígenes	245





*Medios de comunicación, poder y contrapoder en América Latina:
Un estudio comparado entre Venezuela y Ecuador en la historia más reciente*

BIBLIOTECAS CONSULTADAS

Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General UAB.

Biblioteca de la Facultad de Ciencias Sociales (FLACSO-Ecuador).

Ciespal Ecuador

Registro Oficial de Leyes en la Asamblea Nacional del Ecuador

